

CARDET

# L'EFFROYABLE IMPOSTURE DU RAP



Premier livre noir du rap, *L'effroyable imposture du rap* dénonce un courant musical qui s'est attaché, depuis son émergence, à détourner les colères et revendications de la jeunesse en les noyant dans l'industrie du divertissement.

Stigmatisant le succès planétaire de cette musique, à ce jour la plus écoutée à travers le monde, cet essai critique s'efforce de décrypter ce long processus de domination technocratique : appauvrissement du langage, de la pensée, machisme, glorification de la culture ghetto de type US (culte des armes, de la prison, de la consommation de stupéfiants, de la violence verbale), « auto-mythification » d'une jeunesse immigrée conduisant à une victimisation perpétuelle et à la division des quartiers populaires : les immigrés d'un côté, les « desouche » de l'autre, et les femmes au milieu.

Une « déconscientisation » politique à travers l'apologie de l'ultralibéralisme et du « chacun pour sa gueule », soit la fin de la Nation et son glissement vers une société d'hyperconsommation dans laquelle, comble du comble, seuls les riches consomment...

ISBN : 978284628 3236



9 782846 283236

Illustration de couverture : Zéon

14,95 €

[www.librairie-blanche.fr](http://www.librairie-blanche.fr)  
[www.kontrekulture.com](http://www.kontrekulture.com)

◆ BLANCHE

KONTRE  
KULTURE

*Collection dirigée par Franck Spengler*

*Comprendre l'Empire, Alain Soral, 2011*

*Chroniques d'avant-guerre, Alain Soral, 2012*

CARDET

# L'EFFROYABLE IMPOSTURE DU RAP

*Ouvrage dirigé par Florian Sanchez*

2013

ÉDITIONS BLANCHE

KONTRE-KULTURE



# SOMMAIRE

Préface	09
Introduction : L'histoire du rap racontée aux enfants	13
ACTE I	
– Le Contexte	19
– Marx est sur un bateau...	26
– Marcuse est aussi sur ce bateau...	31
– Et le Noir tombe à l'eau	34
– La parenthèse Blaxploitation	44
– Le Rap	58
ACTE II	
– Et la France dans tout ça ?	77
– Public Enemy ou l'art du grand écart idéologique	98
ACTE III	
– La Crosse	156
– La Gâchette	163
– Le Chien	166
– Le Canon	169
– Le Barillet	174
– La Balle	185
ÉPILOGUE	189

© Éditions Blanche/Kontre-Kulture, Paris, 2013

ISBN : 9782846283236

Imprimé en France (Darantiere)

Dépôt légal : février 2013 - N° d'impression : 13-0727

## PRÉFACE

Ça ne sert à rien de se foutre la tête dans le sable. De faire l'autruche, la meilleure position pour se faire enfler. Et de ne pas savoir par qui. Je sais de quoi je parle. Je suis ce qu'on appelle un baisé du rap. Car j'en ai écouté, du rap. Plus que de raison même. Et aujourd'hui, beaucoup moins. Mais toujours. Malheureusement. Un peu comme un enfant violé qui n'aurait connu que sa cave et son beau-père. Un genre de syndrome de Stockholm. Voilà pourquoi je prends la liberté de critiquer le rap, sans pour autant être un acteur de ce mouvement. J'estime avoir une légitimité. La légitimité du pointé. Et on est très nombreux dans ce cas-là, à sentir cet

arrière-goût qui nous rappelle qu'on s'est fait avoir. Entre-temps, moi, j'ai lu des bouquins et rencontré des gens. Je m'en suis sorti. Mais il y en a encore tout un bataillon dans la cave. Qui en crève. Car on en crève, du rap. Tous ! Noirs, Arabes, Blancs, rappeurs, auditeurs. Comment, pourquoi et par qui, c'est ce que l'on verra tout à l'heure. Mais, comme pour toute victime d'un viol, il faut d'abord passer par une phase d'acceptation, difficile, puis si possible de dénonciation de l'agresseur et de ses procédés, afin qu'il ne puisse jamais plus recommencer. Et pour qu'enfin on puisse se reconstruire, et avancer. Même si c'est dur, de se « débaiser ».

*Cardet*



## **L'histoire du rap racontée aux enfants**

### **INTRODUCTION**

Tout d'abord, l'Histoire officielle : né au milieu des années 70 dans les ghettos new-yorkais noirs américains, le rap va au fil du temps s'imposer comme le courant musical de la contestation du système. Notamment à travers la Zulu Nation, mouvement créé par un ancien membre de gang, Afrika Bambaataa, prônant l'unification de la jeunesse noire (*Love, Peace and Unity*) au lieu de la laisser s'entretuer dans des guerres de gangs stupides.

Véritable phénomène culturel, le rap finira par envahir tous les États-Unis puis l'Europe, et

deviendra, dès les années 80, le porte-parole officiel des sans-voix, des démunis, pouvant enfin exprimer leur mal-être, leur frustration et leur aspiration à vivre dans un monde meilleur.

Révolutionnant le paysage musical en réussissant à allier qualité artistique et vente massive de disques tout en préservant son aspect subversif, le rap porte en lui l'espoir de toute une génération d'avoir enfin trouvé l'arme ultime révolutionnaire ; avec comme point d'orgue, en 1989, le titre *Fight the Power* du groupe Public Enemy.

Malheureusement, suite à l'essor du gangsta rap au début des années 90, glorifiant la drogue, les putes et les tueurs de flics, puis à celui du rap bling-bling matérialiste, caractérisé par Puff Daddy, le mouvement, risquant de perdre son influence positive sur la jeunesse prolétaire, va subir une scission vitale pour sa survie.

D'un côté, un rap dit « commercial », ne mettant en avant que des valeurs récupérées

par l'idéologie marchande, soit un rap de « consommation » (argent, drogues, femmes, armes, etc.). De l'autre, un rap « indépendant » dit « vrai » gardien du temple de l'idéologie originelle ayant pour finalité de conjuguer authenticité, discours contestataire et réussite artistique. J'ai longtemps cru à cette version : l'histoire du rap racontée aux enfants et relayée par les tenants du manche.

Déjà, en tant que jeune Noir de banlieue, puis en tant que banlieusard tout court, j'ai fait partie de ces nombreuses personnes fières d'avoir leur propre culture. La culture hip-hop. *Faite par le peuple et pour le peuple*. Faut dire qu'il est pas mal, le slogan. Et c'est toujours le même, hein, qu'on utilise pour nous faire avaler la pilule dès qu'apparaît un nouveau totalitarisme. Or, il faut toujours se méfier des labels d'authenticité, des certifiés vrais. Un peu comme ces savons de Marseille fabriqués à Pékin. Mais ça, il faut le reconnaître, c'est la force des publicitaires, dont on verra comme par hasard qu'ils sont à la base du mouvement rap.



Car, oui, il existe une autre histoire, une autre version. Je ne dis pas que la première est totalement fausse, évidemment qu'elle contient une part de vérité. Mais une vérité tellement tronquée qu'on ne peut plus la considérer comme telle. Un peu comme si on comptait sur Bernard Thibault pour nous éclairer sur l'histoire occulte de la CGT ou sur Alain Minc pour nous conter l'histoire objective du libéralisme.

D'ailleurs, le but ici n'est pas de raconter l'histoire du rap, mais de lever le voile sur ses multiples impostures, qui auront le mérite de nous faire voir ce mouvement sous un jour nouveau, loin des dissertations démagogiques. Alors, reprenons l'histoire depuis le début.

## ACTE I

### *Le Contexte*

Nous sommes dans les années 60. Les États-Unis sont au bord de la guerre civile, fragilisés notamment par les revendications des Afro-Américains protestant contre les ségrégations raciales. Ces contestations, plus connues sous le nom de mouvement pour les droits civiques et portées par le SNCC (Student Nonviolent Coordinating Committee), accoucheront d'une des plus grandes manifestations politiques de l'époque : la Marche sur Washington du 28 août 1963, regroupant près de 300 000 personnes (dont 80% de Noirs). Une journée au cours de laquelle Martin Luther King prononcera son fameux *I Have a dream*. Or, malgré son



succès populaire, apparaîtra au sein de cette manifestation une divergence d'approche radicale de plusieurs courants contestataires. Fissure qui ne fera que s'accroître au cours des années qui suivront.

Pour schématiser, d'un côté, les gentils, représentés par le pasteur Martin Luther King (et ses coreligionnaires chrétiens) et les leaders de la NAACP (association antiraciste, fondée en 1909, dont il va falloir attendre 1975 pour qu'elle ait un président noir) auxquels on reprochera leur stratégie de résistance passive intégrationniste, les soupçonnant ainsi d'être les chevaux de Troie du Parti démocrate et de son idéologie libérale : favoriser l'émancipation par l'essor d'une bourgeoisie noire totalement intégrée au schéma de l'*American way of life*, se traduisant par une soumission aux mêmes maîtres certes, mais autrement moins douloureuse. Avec en prime, la possibilité de passer de l'autre côté du fouet (et tant pis pour les déclassés qui n'auront pas pris le train en marche, et tant pis pour les pays tiers-

mondistes dont ils sont pourtant originaires).

De l'autre, les méchants. Trombinoscope :

– Le SNCC, au début intégrationniste, puis radicalisé à travers son leader Stokely Carmichael, qui inventera le terme *Black Power*.

– La Ligue des travailleurs noirs révolutionnaires de John Watson.

– La Nation of Islam, organisation politico-religieuse d'Elijah Muhammad popularisée par Malcolm X (qu'il quittera en 1964) et la conversion de Mohamed Ali.

– Le Black Panther Party d'Huey P. Newton, Bobby Seale (et Eldridge Cleaver plus tard), organisation plus radicale n'hésitant pas à prôner la réponse armée si nécessaire.

La contestation est donc protéiforme et théorisée, que ce soit sur le plan religieux, politique, économique et même militaire. Résultat : à cette époque règne véritablement un climat insurrectionnel généralisé se traduisant par une succession d'émeutes de 1964 à 1967, avec comme pics de violence,



celles de Harlem en 1964, de Watts en 1965 et de Détroit en 1967, qui mettront littéralement le pays à feu et à sang. Or, non seulement ces soulèvements sont soutenus par la majorité de la population des quartiers défavorisés, mais en plus l'establishment a par ailleurs fort à faire avec d'autres mouvements radicaux tels que le Ku Klux Klan (organisation de séparatistes blancs) ou le Parti communiste des États-Unis d'Amérique. Une situation devenant d'autant plus préoccupante que nous sommes en pleine contestation anti-guerre du Vietnam.

Printemps 1968. Les États-Unis s'enlisent dans la crise vietnamienne. Les méchants Jaunes. Portée par le mouvement étudiant et le sentiment de plus en plus partagé que cette guerre ne finira jamais, l'opposition s'étend comme une tache d'huile. Une opposition universitaire très vite rejointe par toutes les couches sociales et notamment par les Noirs, et ce (ce qui est assez rare pour être signalé), dans l'ensemble de son spectre. Un consensus

inédit englobant dès lors intégrationnistes et radicaux, en passant par des athlètes célèbres comme Mohamed Ali et les sprinters vainqueurs du 200 mètres aux JO de Mexico. Et cette contestation noire est d'autant plus problématique que c'est la contestation... de la « chair à canon ».

Petit retour en arrière. En 1966, le secrétaire à la Défense Robert McNamara lance le projet 100 000. Son but : modifier les critères d'acceptation de l'armée américaine afin que les classes les plus pauvres puissent l'intégrer massivement (en leur proposant notamment une formation qualifiante par exemple). Cette loi, créée pour incorporer les pauvres (entendre les Noirs) dans le corps des Marines (l'armée de l'air ? Soyons sérieux s'il vous plaît !!!), fut un tel succès que le pourcentage d'Afro-Américains dans les bataillons fut largement supérieur à celui de la population américaine. Sur les 35 000 hommes qui intégrèrent l'armée suite à cette loi, près de 40 % étaient noirs ; une surreprésentation qui



atteignit des proportions gigantesques dans les zones de combats à risque. Du coup, dans cette guerre vietnamienne où l'ennemi est aidé par la population rurale, on comprend aisément pourquoi la question noire est d'un intérêt vital pour l'establishment. D'autant plus que la jeunesse blanche étudiante et, plus généralement, les Blancs des classes moyennes (entendu que ceux des classes plus aisées ont d'autres chats à fouetter) évitent plus facilement la conscription grâce au statut d'objecteur de conscience systématiquement refusé aux membres de la Nation of Islam par exemple, ou sont intégrés dans la Garde nationale (l'armée de réserve, ou les planqués si vous préférez) totalement interdite aux « bronzés ». Que la guerre du Vietnam soit une guerre voulue par des Blancs et faite par des Noirs contre des Jaunes est en fin de compte un bon résumé de la situation. Aussi tels sont les enjeux auxquels doit faire face le gouvernement américain :

- Tuer dans l'œuf l'idéologie marxiste supposée être le socle des révoltes étudiantes

(notamment à travers des groupuscules comme les Weathermen) mais aussi de la classe ouvrière noire américaine. Et empêcher impérativement sa progression, afin d'éviter que la jeunesse blanche et les *black workers* ne deviennent la cinquième colonne du communisme.

- Neutraliser tout mouvement séparatiste, comme le Ku Klux Klan et la Nation of Islam, pouvant à terme s'avérer dangereux pour l'unité d'un pays ayant connu les affres de la guerre civile et du sécessionnisme.

- Détruire le phénomène d'émancipation porté par le mouvement des droits civiques, dont la popularité s'étend des Noirs aux Indiens d'Amérique en passant par les Latinos. Conscientisation éminemment dangereuse à long terme, mais aussi à court terme puisqu'elle amène les minorités ethniques à refuser d'être la chair à canon de la Guerre du Vietnam. Une guerre d'une importance vitale pour les États-Unis dans leur lutte géostratégique face à l'Empire soviétique. Vaste projet. Vastes problèmes.



La solution aura un nom : COINTELPRO. Officine du FBI spécialisée dans les coups tordus et montée par J. Edgar Hoover en 1956, dont le premier fait d'armes sera l'assassinat en avril 1968 d'un Martin Luther King qui aura fait l'erreur d'engager sa popularité dans la contestation de la Guerre du Vietnam. Alors oui, c'est bien beau, mais le rap dans tout ça ? Patience, ça arrive...

### *Marx est sur un bateau...*

Aussi puissants que soient Hoover et son organisation, ils n'en restent pas moins au service d'une stratégie globale menée par les tenants du manche. Pour résumer : COINTELPRO, la mâchoire inférieure, pour l'attaque frontale et les sales coups, et les *think thanks* tels que l'IPS (Institute for Policy Studies), la mâchoire supérieure, pour la contamination idéologique des courants dissidents. Bien que d'une manière indirecte ou non, leurs résultats soient au final les mêmes (atténuer la dissidence), ces deux

entités seront parfois opposées, notamment en raison des intérêts personnels d'Edgar Hoover, ayant fait du FBI un État dans l'État.

Créé en 1963 par Marcus Raskin et Richard Barnett, deux diplômés de l'institut Tavistock (le centre d'étude référence, en avant-garde de l'étude comportementale), l'IPS, organe officiellement indépendant et financé au bon vouloir de ses mécènes, va s'imposer rapidement comme le laboratoire d'idées progressistes de la gauche américaine, dont le but sera d'imaginer et de concrétiser des solutions politiques innovantes. S'appuyant sur un réseau s'étendant du monde des affaires aux milieux universitaires, il va ainsi participer à l'essor de la Nouvelle gauche et populariser l'idée d'un « marxisme révolutionnaire », notamment au sein de la contestation noire. Un marxisme qui va s'avérer dévastateur. Depuis 1966, une expression est reprise par une grande partie de la jeunesse noire américaine : *Black Power*. Popularisé par Stokely Carmichael et le SNCC, ce slogan les



exhorte alors à être fiers de leur couleur (*I'm black and I'm proud*), et à affirmer haut et fort leur identité, passant ainsi du *Black Power* au *Black is Beautiful*. Or, suite à l'influence de penseurs comme Robert Moses, issu de l'IPS, et de sa proximité avec des combattants de la Nouvelle gauche, le SNCC va petit à petit associer son combat aux thèses marxistes, en essayant de conjuguer lutte des classes et affirmation identitaire. Ainsi, partant du principe qu'un Noir ne sera jamais respecté par le Blanc tant qu'il sera pauvre, il en conclut logiquement que son salut ne pourra passer que par son élévation de classe. Résultat, du principe d'autodétermination prôné par Stokely Michael (qui, lui, suivant sa logique jusqu'au bout, invitait les Afro-descendants à un retour à terme en Afrique), on aboutit plutôt, suite à l'influence de la *New left*, à l'essor d'un capitalisme noir totalement intégré par le système, puisque validant son paradigme. Soit un bourgeois noir revendiquant fièrement sa coupe afro entretenue par les produits de beauté de la multinationale Procter & Gamble.

La classe ouvrière noire américaine va quant à elle également implorer sous le poids de ses contradictions. En 1968, à Détroit, naît le DRUM (Dodge Revolutionary Union Movement), syndicat d'ouvriers noirs de l'industrie automobile monté par des militants radicaux séduits par les conférences de l'IPS sur le marxisme. Suite aux coups d'éclat de ce syndicat, notamment pour avoir réussi à provoquer une grève massive de Noirs au sein de Chrysler, il va petit à petit favoriser l'essor de groupes semblables dans l'ensemble des usines de Détroit, pour finir par donner naissance à la League of Revolutionary Black Workers, prônant l'alliance rouge-noire, soit la cohésion de l'ensemble de la classe ouvrière (noire et blanche) contre l'establishment. On pourrait donc penser que le FBI et COINTELPRO sont mandatés pour traiter en priorité ce « péril brun ». Il n'en sera pourtant rien, car une fois de plus, les applications des thèses marxistes de la Nouvelle gauche par une organisation noire conduiront cette dernière à l'échec. Celui-ci sera tout simple. Bien que cohérente sur le



papier, l'alliance de la classe ouvrière se fera rappeler à l'ordre par la réalité : les tensions raciales historiques existant entre ouvriers blancs et noirs y sont telles qu'elles paralysent toute cohésion sociale. Il suffira ainsi à un patronat intelligent d'accéder aux exigences d'un groupe au détriment de l'autre pour faire exploser le peu d'unité restant.

Ainsi, alors que le marxisme sera bel et bien combattu dans les milieux blancs, car réellement dangereux et pouvant contaminer la classe dominante (puisque essentiellement blanche), il sera en revanche toléré (voire plus) en ce qui concerne les Noirs, du fait de son inoffensivité à terme. Aussi, l'essentiel des coups portés par le COINTELPRO atteindra la Nation of Islam et surtout les Black Panthers, dont la popularité et l'appel à la révolte armée en font la cible prioritaire. Et c'est sur les ruines de cette lutte que naîtront les bases idéologiques sur lesquelles se construira le rap. Voilà, on y est.

### *Marcuse est aussi sur ce bateau...*

En octobre 1966, à Oakland, deux étudiants, Huey Newton et Bobby Seale, fondent le Black Panther Party en s'inspirant d'un nationalisme noir panafricain cher à feu Malcolm X, tout en se réclamant du courant maoïste en matière de révolution armée. L'audace de leurs premières actions (provoquant les patrouilles policières les armes à la main) leur confère très vite une forte résonnance dans la communauté noire. S'appuyant sur une imagerie forte (le poing levé), un programme politique innovant (mêlant émancipation, revendication sociale et lutte armée) et le charisme de son leader Huey Newton, le Black Panther Party devient rapidement l'un des principaux mouvements de la contestation noire. À tel point que pour protester contre l'arrestation de Huey Newton en octobre 67 (tombé pour une histoire de meurtre après un coup monté), le BPP, avec à sa tête Seale et le couple Cleaver (Eldridge et Kathleen), organise de multiples manifestations d'une telle ampleur qu'elles sont vite soutenues par des organisations de la Nouvelle gauche,



séduites par Huey le « Che Guevara black ». On vit alors fleurir à cette période des badges *Free Huey* dans de nombreux campus de la côte Ouest. Ces rapprochements ponctuels entre le BPP et la gauche radicale de Jerry Rubin seront confirmés par la candidature d'Eldridge Cleaver lors de la présidentielle de 1968, sous l'étiquette du parti gauchiste Peace and Freedom Party.

Alors forcément, en 1968, il devient la cible numéro 1 de l'establishment, dont le camouflet suite au poing levé du vainqueur du 200 mètres, Tommie Smith, lors des JO de Mexico fut retentissant et difficile à avaler.

Alliant radicalité, popularité et intelligence politique, COINTELPRO mena une répression à la mesure de sa dangerosité. Et s'appuiera sur plusieurs points :

- Tout d'abord, discréditer l'organisation en utilisant le monde médiatique pour désinformer et diffamer le BPP en le faisant passer auprès du citoyen américain pour un repère d'infâmes racistes. Le tout conjugué à de multiples opérations sous « faux drapeau »

pour au final les attribuer au BPP afin de convaincre l'opinion publique.

- Intoxiquer le mouvement en l'infiltrant par des vrais-faux militants puis s'arranger pour que cela se sache afin de créer une méfiance – voire une défiance – généralisée, de la tête à la base.

- Utiliser l'arsenal juridique mis à sa disposition pour enfermer l'essentiel des têtes pensantes du mouvement, notamment Bobby Seale en 1968 lors d'une parodie de procès ou le Couple Cleaver, qui, lui, l'évitera de justesse en s'exilant à Cuba.

- Enfin, pour les plus dangereux, l'élimination physique pure et simple.

Fatalement, en l'espace de deux ans, le cœur du BPP va se retrouver décimé. Cela dit, affaiblis par la violence des coups portés, et bien que demeurant populaires auprès de la jeunesse noire, les Panthers doivent néanmoins faire face à une réorganisation perpétuelle au niveau de leur leadership. La mort ou l'emprisonnement de leurs membres originels les conduisent inexorablement à les remplacer par d'autres,



qui n'ont pas forcément la même science du « comment mener le combat ». De plus, alors que Huey Newton était hostile à toute collusion idéologique avec la Nouvelle gauche marxiste, son incarcération ainsi que la disparition de ses lieutenants vont changer la donne.

Newton et Seale incarcérés, Cleaver exilé, les plus fidèles assassinés, c'est donc durant cette période de terreur provoquée par le COINTELPRO que les Black Panthers verront de plus en plus de militants gauchistes blancs venir garnir leurs rangs. Des militants apportant avec eux leur foi, souvent sincère certes, mais mus par une idéologie popularisée par les penseurs de la Nouvelle gauche (entendre l'IPS de Raskin et Barnett) : le marcusianisme, dont on verra que le rap est directement issu.

### *Et le Noir tombe à l'eau*

Bien que la présence de ces militants blancs influe sur les orientations idéologiques du BPP,

il n'en reste pas moins une organisation noire, avec à sa tête des chefs noirs, dont la méfiance envers ces Blancs sera toujours manifeste. En outre, ne serait-ce que par rapport à l'image renvoyée aux membres les plus radicaux du leadership, mais aussi à leur base populaire, il serait inintelligent de la part des chefs intérimaires de montrer quelque signe de soumission. D'autant plus que ce rapprochement est essentiellement stratégique, du fait de l'apport financier de ces nombreux militants, issus pour la plupart de la classe moyenne, voire même pour certains de la bourgeoisie WASP. Malgré tout, ce pragmatisme ne résistera pas au virage idéologique que va effectuer le BPP. Une révolution douce et silencieuse comme le cyanure. La révolution marcusienne. Avec à sa tête, une femme noire, future théoricienne et tête pensante du parti : Angela Davis.

Angela Davis entre dans le BPP en 1969 ; elle est à cette époque professeur de philosophie à UCLA (d'où elle se fera virer). Ancienne élève d'Herbert Marcuse, dont elle a suivi les



cours depuis l'Université de Francfort jusqu'au déménagement de ce dernier à San Diego, Angela Davis allie charisme, érudition et intelligence à un niveau tel que dès son entrée chez les Black Panthers (fragilisés par l'absence de Newton et Cleaver), elle en devient quasi immédiatement leur théoricienne idéologique. Militante communiste et féministe, dans un BPP essentiellement masculin, elle va réussir à y injecter l'idéologie marxiste et amorcer une politique de rapprochement durable avec la Nouvelle gauche. Et si celle-ci est incontestablement portée par le marcusianisme, Davis en est une experte, ce qui tombe plutôt bien. Mais d'ailleurs, c'est quoi, au juste, le marcusianisme ?

Le marcusianisme est un concept politique fondé sur les idées d'Herbert Marcuse, un penseur allemand qui va théoriser le principe d'un « marxisme freudien ». Pour schématiser, il propose de dépasser la lutte des classes, trahie par l'ouvrier dont le rêve ne serait plus que de devenir un petit bourgeois, et de la sublimer

dans la libération de nos plaisirs primaires : en laissant libre cours à notre libido ou en élargissant notre champ de conscience par une stimulation du spirituel (le Moi enfoui). Grosso modo, l'apologie du sexe et de l'usage de la drogue dite « créatrice » de type LSD. Résultat, son livre *Eros and Civilisation* devient le manifeste de tous les étudiants gauchistes de l'époque (jusqu'à nos soixante-huitards) rêvant à une révolution pacifique, le fameux « Faites l'amour, pas la guerre ! » : la révolution sera donc sexuelle ou ne sera pas. Le marcusianisme ou le principe du plaisir, l'autre nom de l'idéologie libertaire. Or, selon Marcuse, les plus à mêmes de mener la révolte sont ce qu'il appelle le sous-prolétariat, soit les minorités (les Noirs, les femmes... et les étudiants gauchistes selon lui), seules véritables victimes de la persécution. Ce qui expliquera sa fascination pour Angela Davis, femme, noire et activiste communiste synthétisant à elle seule tous ces critères. De plus, démontrant que la révolution ne peut s'exprimer que dans ce qu'il appelle les



zones des marges, il identifie le ghetto noir américain comme la marge des marges et donc la terre promise de la révolte. Il désigne de fait inconsciemment (ou pas) le ghetto comme laboratoire rêvé où pourra prospérer une décennie plus tard l'industrie du plaisir (si chère à ses yeux), plus communément appelée industrie du divertissement. Fatalement, cette idéologie prônée par Angela Davis provoque une paralysie au sein du centre décisionnel du BPP, tant cette théorie, qui peut paraître pertinente sur le papier, ne pèse pas lourd face à la réalité du combat mené face aux coups de COINTELPRO. Ici se posent les limites de l'intellectualisme pur et du sophisme. Aussi, une ligne de fracture bien nette se dessine entre les partisans d'une lutte armée radicale, auprès desquels se range Cleaver (qui, bien qu'en exil, essaye tant bien que mal de maintenir son influence), mais largement minoritaires suite à COINTELPRO, et les pro-Angela Davis, soutenue par les réseaux de la gauche radicale. Et c'est au bord de l'implosion que le BPP se trouve au moment de la sortie de prison

en 1970 de son leader charismatique Huey Newton. Qui, contre toute attente, prend fait et cause... pour Davis, qui par ailleurs a dû, elle aussi, s'enfuir en cavale suite à son implication indirecte dans une prise d'otages meurtrière. En effet, dès sa sortie de prison, et du fait des nouveaux liens tissés par le BPP avec la Nouvelle gauche, Huey Newton est immédiatement approché par un certain Bert Schneider. Ce dernier, fasciné par Newton, est par ailleurs le puissant patron de la BBS, une boîte de production hollywoodienne fraîchement auréolée du titre de chef de file de la contre-culture, après avoir produit le film culte *Easy Rider*.

Bert Schneider est l'archétype des contradictions de la gauche bourgeoise américaine car tout en étant un redoutable businessman, il se réclame également des valeurs de gauche, qu'il assimile à des pratiques libertaires (baise et drogue), selon les préceptes de notre bon Marcuse. Soit l'hypocrisie libéralo-libertaire dans toute sa splendeur.



En attendant, pour se donner bonne conscience et avoir l'impression de « participer à la révolution », Schneider, pétri de ses complexes de Blanc appartenant à la classe dominante, prend Newton sous son aile, ce dernier voyant en lui une manne financière inespérée. Mais pas seulement. Car étant un libertaire de haut vol et un producteur hollywoodien, il a nécessairement ce que rechercherait quelqu'un qui aurait passé les deux dernières années en prison : des femmes, à la pelle. De fait, très vite, Huey Newton va s'adonner aux plaisirs marcusiens (et non du ceux du consumérisme, comme ce traître d'ouvrier qui se complaît dans sa voiture achetée à crédit) : du sexe, du sexe, du sexe et aussi drogue à volonté, tout en prétendant, lui et ses nouveaux amis du cinéma, ne pas perdre de vue la finalité du combat. La lutte finale se trouvant au bout de la fellation. En d'autres termes, le « joindre l'utile à l'agréable » prôné par le marxisme libertaire (qui perpétuera la tradition de l'échec du marxisme dans les organisations noires). C'est donc dans ce contexte que Newton

prend parti pour Angela Davis, dont les thèses marcusiennes justifient idéologiquement son « comportement de débauché ». Le Newton nouveau affiche désormais une position plus mesurée que le Newton de 1966 ; son nouveau bras droit est l'un des penseurs de la gauche radicale, le militant David Horowitz. De plus, Davis étant incarcérée depuis peu, il prend conscience de l'immense réseau d'influence dont cette dernière jouit puisque son procès bénéficie d'un retentissement mondial ; de John Lennon à Jean-Paul Sartre en passant par les Stones, tous prennent parti pour cette femme, jolie, noire et féministe (ce qui est le plus important semble-t-il) et qui incarne désormais la lutte afro-américaine glamourisée. Et, au lieu d'être alerté par cette unanimité suspecte de l'ensemble de la bourgeoisie blanche occidentale (qui réussira tout de même à la faire sortir de prison), Newton y voit au contraire une alliée de poids dans son désormais pragmatisme révolutionnaire. La révolution souhaitée par le Newton de 66 et d'autres, comme Stokely Carmichael, n'aura jamais lieu.



Fatalement, cette alliance impossible provoquera au sein du BPP un schisme poussant les plus radicaux à migrer sur la côte Est new-yorkaise et à fonder des organisations paramilitaires de type Black Liberation Army en 71 (qui avait entre autres pour membre Assata Shakur, la tante du rappeur 2Pac). La base, quant à elle, toujours aussi nombreuse et revigorée par la réapparition d'un Newton mythifié (par la case prison), n'aura vu que du feu à ce qui se sera révélé comme une véritable révolution de palais. Mais la réalité est tout autre : un rebelle, Huey Newton, populaire, désormais vidé de sa substance subversive (l'excès de drogue aidant), portant le message de la possibilité d'allier révolte armée et libertarisme, tout en étant financé en sous-main par la gauche bourgeoise capitaliste de l'industrie du divertissement. En gros, le tour consiste à créer les conditions d'une subversion illusoire et inoffensive à terme. Ni plus ni moins que l'ADN du rap.

C'est d'autant plus dramatique que cette situation tant désirée par l'establishment a

même été théorisée par J. Edgar Hoover, qui, dans une note datant de 1968, conceptualisait déjà l'idée de favoriser l'essor d'un *Black Messiah* totalement coopté par le système : « Le Nègre veut et a besoin d'être fier de quelque chose. Les jeunes Noirs modérés doivent être amenés à comprendre que s'ils succombent à l'enseignement révolutionnaire, ils seront des révolutionnaires morts. N'est-il pas préférable d'être un héros sportif, un athlète bien payé ou un artiste professionnel, un travailleur en col blanc ou bleu régulièrement payé, un homme pacifique avec sa famille ou une personne qui au moins est acceptée, plutôt qu'un Nègre qui aura peut-être réussi à décimer l'establishment, mais qui, avec cela, aura aussi brûlé sa maison et gagné pour lui et tout son peuple la haine et la méfiance des Blancs pour les années à venir ? » (voir le film *The FBI's War on Black America*). Hoover en aura rêvé, le rap l'aura fait. Mais d'abord, il va falloir traverser la période Blaxploitation. Et s'accrocher.



### *La parenthèse Blaxploitation*

En 1971, le réalisateur afro-américain Melvin Van Peebles, désireux de dépasser le cliché du bon nègre intégrationniste interprété par le populaire Sydney Poitier, décide de réaliser un film militant dont le but avoué est d'offrir à l'homme noir une image enfin valorisante. Le titre : *Sweet Sweetback's Baadasssss Song*. Le pitch : l'histoire d'un adolescent noir, stripteaseur et baiseur émérite (depuis l'âge de 10 ans !), qui, après avoir assisté au passage à tabac d'un jeune Noir, décide de se rebeller contre le système (entendu l'homme blanc, hein).

Cependant, bien qu'ayant déjà réalisé un film à Hollywood, Van Peebles ne trouve malgré tout aucun studio prêt à s'engager concrètement dans ce projet. Il entreprend donc de le financer seul... enfin pas totalement. Ne disposant pas des fonds nécessaires pour terminer son film, il sollicite l'aide de son ami Bill Cosby, star à l'époque de la sitcom bien-pensante de NBC *The Bill Cosby Show*, qui lui prête 50 000 dollars. Ainsi, pour produire un

film fustigeant les Oncle Tom, il fait appel au plus Oncle Tom de tous... mais on n'est plus à un paradoxe près. Une fois le film terminé, il s'associe au producteur libertaire Jerry Gross, qui, à travers son studio indépendant Cinemation Industries, se charge tant bien que mal de distribuer le film. Et alors qu'il n'est initialement distribué que dans deux salles, il reçoit un coup de pouce inattendu d'un certain Huey Newton.

« Courir, se battre et baiser. » Voilà comment Van Peebles définit son *Sweet Sweetback's Baad Asssss Song*. Que ce soit un bon résumé est un doux euphémisme. Il suffit juste de s'attarder un tant soit peu sur le scénario du film : ayant pris la décision de fuir ce pays raciste que sont les États-Unis, Sweetback, le héros, verra logiquement son parcours jalonné d'embûches. Il réussira néanmoins à s'échapper en parvenant à se rendre au Mexique. Le film se terminant sur un avertissement : « Prenez garde, un méchant Nègre revient pour réclamer son dû. » Pour y arriver, le fugitif aura non seulement dû tuer tous les policiers se trouvant



sur son passage, mais aussi et surtout se servir de son sexe comme d'une véritable arme de libération : toutes les femmes rencontrées lors de sa fuite, et pouvant le sortir de situations délicates, le feront systématiquement chanter en le sommant de leur faire l'amour. Pire, il existe même une scène mythique du film où l'on voit le héros utiliser son sperme, mélangé à de la terre, pour confectionner une mixture supposée le guérir d'une des blessures qu'il a contractées au ventre ! Soit la baise intégrée dans un processus révolutionnaire : baiser rendrait libre. Ainsi *Sweet Sweetback's Baad Asssss Song* prône l'imagerie d'un Black révolutionnaire associant riposte armée et libération par le sexe, soit ni plus ni moins que l'alliance naïve du catéchisme marcusien et du marxisme libertaire dans lesquels baigne le BPP et à plus forte raison Huey Newton. Aussi, au lieu d'y voir la matérialisation des pires clichés historiques (l'image pathétique du Nègre, certes rebelle, mais bête de sexe, individualiste, désidéologisé et fugitif), Newton y voit au contraire un film fait par

un Noir, pour des Noirs et en Sweetback, le symbole, le nec plus ultra du Noir fort et fier (et avec une grosse bite). Sans doute parce qu'il s'identifie totalement au personnage au vu de ses soirées hollywoodiennes. Du coup, Newton salue l'œuvre comme le premier film révolutionnaire et oblige même les membres du BPP à le visionner, tout en exhortant la communauté noire dans son ensemble à en faire de même.

Validé voire célébré par le populaire leader du Black Panthers Party, le film s'impose rapidement comme un phénomène au sein de la communauté noire pour devenir un succès rapportant au final 10 millions de dollars au box-office, pour 500 000 dollars investis initialement. Un succès dingue qui fait réaliser à Hollywood qu'il est possible de gagner de l'argent avec un cinéma communautaire, ce qui a l'avantage de réjouir le Hollywood libertaire de gauche, fasciné par le « combat noir », et le Hollywood libéral de droite, qui se chargera de matérialiser toute cette tartufferie



en espèces sonnantes et trébuchantes. À gauche, en matière de mœurs, et à droite, en termes d'économie, Hollywood lance la Blaxploitation. Cela étant dit, il n'y a pas qu'Hollywood qui se frotte les mains. Car au vu du personnage de Sweetback, qui permettra à la jeunesse masculine noire de fantasmer sur une image valorisée du Black superhéros et d'assouvir par procuration sa soif de révolte, on a tout simplement les effets escomptés de ce qu'avait souhaité Hoover trois ans plus tôt : l'émergence d'un *Black Messiah* à la fois coopté par la « dissidence », la communauté noire dans son ensemble et l'establishment.

Suite au succès du film de Van Peebles, Hollywood se lance donc dans la production d'une série de films frappés du label authenticité (« fait par et pour les Noirs ») et animés par des bandes-son réalisées par les plus grandes stars afro de l'époque (Marvin Gaye, James Brown, Isaac Hayes, Curtis Mayfield, pour ne citer qu'eux...). Ce courant cinématographique, appelé Blaxploitation et caractérisé par la

frénésie des rapports sexuels qui le nourrissent, recense à lui seul tous les fantasmes du Hollywood de gauche, en renvoyant la communauté noire à certaines images qui, bien qu'ayant l'air flatteuses au premier abord, s'avèrent absolument désastreuses après... une minute de visionnage seulement. C'est le cas par exemple des nombreux films où le héros est un maquereau (*Willie Dynamite*, *The Mack*, etc.) ou d'autres comme le film *Black Shampoo*, qui décroche le pompon du sous-titre avec : *He's bad, he's mean, he's a lovin machine* (« Il est méchant, il est vicieux, c'est une bête de sexe »). La palme du film fantasmé étant le mythique *Welcome Home Brother Charles* où un maquereau utilise son long sexe pour étrangler ceux qui l'ont jeté en prison !

Mais comme on l'a vu, si les films du genre Blaxploitation intéressent le FBI, ce n'est pas pour leur poésie burlesque, mais bien dans un souci de séduire la communauté noire avec des héros crédibles et subversifs. Subversifs certes, mais absolument inoffensifs pour le système.



C'est dans ce contexte que sort l'ultime film du genre, le plus populaire de tous : *Superfly*. *Superfly*, c'est l'histoire d'un dealer de Harlem qui décide de quitter le milieu en réussissant le plus grand coup de sa carrière, vendre 30 kg de cocaïne.

Le film sera une réussite commerciale absolue, tant pour sa bande originale, œuvre de Curtis Mayfield, que pour l'imagerie qu'il véhicule : celle du dealer au style vestimentaire estampillé « pimp » mi-classe mi-extravagant (chapeau, fourrure, souliers vernis) qui se pavane en voiture de luxe customisée ; le parangon du *cool guy*, malin, baiseur en série. Elle aura un impact énorme auprès de la population des ghettos afro-américains. Sauf que *Superfly* est produit par la Warner. Ce qui est tout sauf anodin. Car la Warner noue officiellement des liens historiques avec Hoover depuis 1959, à l'époque où ce dernier y évoluait en qualité de consultant pour un film sur le FBI. Ils travailleront de nouveau ensemble en 1965 pour une série télévisée retraçant l'épopée du FBI. Une association

qui date en réalité de la fin des années 40, époque à laquelle, dans le cadre de la chasse aux sorcières, Hoover forçait les studios à collaborer afin d'identifier l'infiltration communiste dans l'industrie cinématographique.

Le rachat de la Warner en 1969 par la société de Steve Ross, cotée en bourse, Kinney National Services, mais fondée par le parrain du New Jersey, Abner Zwillman, puis récupérée et tenue en sous-main par l'une des Cinq Familles du crime organisé new-yorkais : le Clan Genovese, qui paradoxalement ne remet pas en cause cette alliance historique. Bien au contraire. Franck Costello, le parrain du Clan durant les années 50, se targuait de « tenir » Hoover, pour avoir impliqué ce dernier dans des paris truqués. Ce qui explique pourquoi le FBI, sous Hoover, s'est historiquement montré relativement timide dans ses attaques contre le Clan Genovese.

C'est pour ces raisons que le film *Superfly* est plus qu'un simple film surfant sur la vague



Blaxploitation. Armé du savoir-faire (quasi publicitaire) d'Hollywood, passé maître incontesté dans l'art de l'esthétisme du tout et n'importe quoi et spécialisé dans l'art de faire passer des vessies pour des lanternes, ce film a réussi à glamouriser l'image du dealer auprès des ghettos afro-américains ; oui, dealer rend cool, ce qui a pour conséquence implicite de populariser l'usage de la drogue. Qui, entre-temps, soit depuis son importation massive par la CIA durant la guerre du Vietnam, s'est imposée comme un marché florissant dans les ghettos. Aussi, s'il apparaît impossible et illusoire de prouver, à travers *Superfly*, l'existence d'un complot de la Warner envers les Afro-Américains, on peut néanmoins tout simplement y voir la conjonction d'intérêts des composantes de sa nébuleuse. Grosso modo : « Je te laisse faire ton biz, car il est bon pour le mien. »

Autrement dit :

– Popularisation de la drogue, dont le trafic juteux est géré sur place par la mafia, ici le Clan Genovese.

– La drogue, donc, participant à l'achèvement de la dévastation de la contestation black entamée par COINTELPRO et le FBI.

Aussi, le fait que le héros soit originaire de Harlem (hasard ?) arrange plutôt les choses, étant donné que c'est là-bas que se trouvent à la fois le cœur de la Black Liberation Army (le courant radical issu des Black Panthers) et aussi de la Nation of Islam, dernier bastion de la contestation. Et dont le dévoiement des disciples envers la déesse héroïne serait plus que souhaité. Par ailleurs, alors que le film est en cours de production et suite au vol de documents officiels par une organisation activiste, une fuite dans la presse lève le voile sur les agissements de COINTELPRO et met officiellement fin au programme. Mais, étant donné l'importance de son action (et comme le démontre le livre-référence sur COINTELPRO de Paul Wolf, *COINTELPRO : The Untold American Story*), seul le terme COINTELPRO disparaîtra, puisque les méthodes employées survivront, et le FBI continuera pendant



longtemps à appliquer ce qui sera qualifié de stratégies post-COINTELPRO.

*Superfly* sort en août 1972 et, contrairement à *Sweetback*..., bénéficiera de la force de frappe de l'énorme machine hollywoodienne. Le film rencontrera un succès monstrueux et jouira d'un impact inégalé sur l'ensemble de la communauté afro (jusqu'aujourd'hui, de Snoop à Rick Ross, en passant par Jay-Z, qui est arrivé dans le rap game en véhiculant les mêmes codes). Aussi, le personnage de Priest (le héros du film), et a fortiori, ce qu'il représente, restera comme l'un des *Black Messiah* les plus influents parmi tous ceux qui suivront. D'autant plus que c'est suite à la fascination qu'exercera la Cadillac customisée du héros sur les *hustlers* noirs américains que naîtra le « phénomène Pimpmobile » s'étendant dans tous les États-Unis et que l'on peut encore retrouver aujourd'hui dans de nombreux clips (et notamment dans l'ex émission à succès « Pimp My Ride » sur MTV). Angela Davis et sa clique de théoriciens, qui se permettaient de

critiquer l'ouvrier embourgeoisé par sa voiture (dont il a participé à la construction, faut-il le rappeler, et auquel on a facilité l'achat, voire l'endettement, uniquement pour qu'il puisse arriver au boulot plus vite et réinvestir de fait son salaire dans l'entreprise), auraient plutôt dû méditer sur les conséquences engendrées par leur idéologie (la collusion du BPP avec le Hollywood libertaire), qui a conduit leur cher *lumpenproletariat* des ghettos à s'approprier leur voiture, à la personnaliser, pour au final l'humaniser. Et arriver ainsi à la forme la plus aboutie du matérialisme marchand : le narcissisme de la représentation de la marchandise. « Je suis ce que je possède. Car ma voiture est la projection de mon Moi. » Hoover, quant à lui, mourra trois mois avant la sortie du film. Gageons qu'il aura dû, à titre posthume, apprécier les effets dévastateurs de son prophétique Messie Noir créé par l'industrie cinématographique.

Alors, on peut évidemment rétorquer que c'est une vision assez réductrice de la Blaxploitation,



et brandir comme exemple des films à succès, avec des héros positifs comme *Shaft*, le flic black solitaire redresseur de torts, ou *Foxy Brown*, la femme noire se vengeant de la mort de son gentil petit copain agent du gouvernement en se dressant face aux dealers et aux maquereaux. Or, non seulement l'un comme l'autre ont des motivations strictement individuelles, mais en plus, ces films sont souvent prétextes à stigmatiser la communauté noire, divisée entre le héros, minoritaire, et le reste, représenté par des salopes, des dealers et des macs. Cela étant dit, que le héros soit un flic comme *Shaft*, un dealer comme *Superfly*, ou une *black-super-woman* (avec la coupe afro d'Angela Davis), ce sera toujours mieux qu'un révolutionnaire ayant identifié la véritable cause de ses problèmes. Surtout quand l'ennemi de ces héros se trouve être un Noir voire un Italien (comme dans *Shaft*. Comme dans tous les films d'ailleurs). Et puis, en raison du succès phénoménal des *Dents de la Mer* en 1975, suite à une campagne de promotion télévisuelle inédite pour l'époque, les grands

studios réorienteront leur politique, injectant désormais des sommes colossales dans les budgets promo télé. Détournant du coup les producteurs des « films de niche » comme ceux de la Blaxploitation pour se concentrer sur les « blockbusters », désormais plus rentables. Ceci ajouté au raz-de-marée *Star Wars* deux ans plus tard, annonciateur de l'avènement des multiplexes et de la mort des petits cinémas de quartier dans lesquels étaient diffusés les *Willie Dynamite* et autres *Foxy Brown* : c'est la fin de la parenthèse Blaxploitation. Qui, bien qu'éphémère, figurait l'avant-garde de ce qu'allait devenir le rap, en bout de chaîne du processus entamé. Car la révolution libéralo-libertaire proposée est incomplète : son catéchisme étant uniquement vertical, vu qu'un spectateur de cinéma est passif par définition. Or, l'idéal serait de lui ajouter un zest d'horizontal, afin de transformer la cible (entendu : le jeune du *lumpen*) en un acteur de la propagation de la douille. C'est ce que le rap va s'efforcer d'accomplir. Avec succès.



## *Le Rap*

Été 1973. New York. Créée au départ par l'immigré jamaïcain Kool Herc, de son vrai nom Clive Campbell, pour célébrer l'anniversaire de sa petite sœur dans le quartier du West Bronx, la *Block party* va devenir rapidement un phénomène local. Le principe est simple : barricader la rue des deux côtés et improviser une fête de quartier en plein air, animée par un DJ se chargeant de passer des morceaux de funk et de disco. À ceci près que Kool Herc va y ajouter une idée novatrice : constatant que les morceaux préférés des danseurs n'étaient pas assez longs à leur goût et que ceux-ci appréciaient essentiellement les passages instrumentaux rythmiques, il ajoute un deuxième tourne-disque jouant le même morceau, ce qui lui permet de passer en boucle l'extrait de la partie préférée. Au départ, c'était au DJ d'animer vocalement la *party*. Mais, trop accaparé par ses platines, il passa le relais à un ou deux potes, appelés « maîtres de cérémonie » (MC's), qui, dans un premier temps, encouragèrent les badauds à danser, puis

se mirent très rapidement à parler de tout et de rien et à faire claquer des rimes pour mettre l'ambiance. Un DJ, des danseurs, un MC : le hip-hop est né (le terme sera officialisé vers 1981, on le gardera sans faire d'anachronisme comme terme générique).

Séduit par cette émulation de quartier, le jeune Kevin Donovan, chef des Blacks Spades, un gang du South Bronx, par ailleurs lassé et ayant pris conscience de l'absurdité de sa vie criminelle, y voit l'opportunité de faire quelque chose d'utile pour sa communauté. Il décide donc de monter, en novembre 73, The Organisation, une alternative pacifique aux gangs se chargeant de réunir tous les *gangs members* désireux de transformer leur violence en une énergie positive, que semble porter en elle cette culture naissante. Ainsi, devenu DJ à son tour, et suivi par de nombreux jeunes du fait de son statut au sein des Black Spades, il va populariser le « phénomène *Block party* » dans tout le South Bronx. Puis, un an plus tard, suite à la mort de son meilleur ami, Soulski, lors d'une fusillade dont son gang est



indirectement responsable, il décide de quitter définitivement les Black Spades.

À la fois influencé par ses études sur les luttes africaines, notamment à travers le visionnage du film *Zulu* réalisé par l'activiste communiste Cy Endfield, mais aussi par le pacifisme révolutionnaire du BPP d'Angela Davis, Kevin Donovan prend alors le nom d'Afrika Bambaataa (qui signifie en zoulou « leader africain affectueux ») et fonde la Zulu Nation. Une organisation pacifiste, dogmatique, qui se chargera de théoriser un courant musical qui n'en est alors qu'à ses balbutiements, puis de l'ériger en tant que culture et d'en prôner le positivisme afin de la rendre accessible au plus grand nombre.

Pendant ce temps, à Washington D.C, un autre courant musical, né au milieu des années 60 et créé par les Afro-Américains, fait lui aussi sa révolution. Le « mouvement go-go » : un dérivé du funk se basant sur des rythmiques novatrices et l'utilisation inédite d'instruments

à percussion comme la conga (que l'on peut retrouver dans *Crazy in Love* de Beyoncé par exemple). Popularisé par des groupes comme Chuck Brown & The Soul Searchers ou les Young Senators, le go-go a une véritable empreinte artistique, avec ses propres codes, que ce soit en matière de danse ou de sapes, et même des postures idéologiques, revendicatrices et dénonciatrices, et puise ses racines dans la marche sur Washington de 1963. Il est alors la bande-son de tous les Noirs américains de Washington D.C. Néanmoins, force est de constater que si aujourd'hui le rap existe bel et bien (d'où l'intérêt du bouquin), le go-go n'a en revanche jamais vraiment dépassé les frontières de Washington. Si l'un n'était que le phénomène musical d'un des arrondissements de New York, l'autre était tout simplement le porte-drapeau culturel d'une communauté afro-américaine historiquement contestataire et représentant 70% de la population de la capitale des États-Unis ! La logique aurait donc voulu que le « mouvement go-go » fasse tache d'huile sur le reste des États-Unis, comme



cela avait été le cas avec la Million March des années plutôt, Washington étant le cœur de la communauté noire. Mais ça ne s'est pas passé comme ça.

Alors une question s'impose : pourquoi ? C'est la réponse à cette question qui va nous révéler l'effroyable imposture du rap.

Au-delà des considérations artistiques, la différence principale entre les deux mouvements se situe au niveau idéologique. Bien que parfois revendicatrices, les paroles des chansons go-go appartiennent à un courant traditionnel dont sont issus des chanteurs soul comme James Brown ou Marvin Gaye. Aussi, bien qu'ayant conscience d'être en quelque sorte des leaders d'opinion, ils n'en oublient pas moins qu'ils sont avant tout des musiciens, des *entertainers*. Approche totalement différente chez le rap porté par la Zulu Nation, qui prétend proposer plus que de la musique. Il suffit pour cela de s'intéresser à la charte de la Zulu Nation : aider ses sympathisants

à accéder au succès, à la paix, à la sagesse, à la compréhension et au bon comportement dans la vie. *Peace, Love, Unity and Having Fun*.

Paix, Amour, Unité... et prendre du Plaisir : soit tout le catéchisme libidino-pacifico-révolutionnaire marcusien dont on a vu que c'est celui du BPP et qui a influencé tous les Noirs comme Bambaataa (qui fréquentait leurs locaux sur Boston Road), fascinés par le Huey Newton de 1971 (croyant que c'était le même que celui de 66) et formés aux écrits de penseurs comme Davis, relayés dans le populaire fanzine *The Black Panther*. Or on l'a vu, cette idéologie a provoqué l'inoffensivité à terme du BPP et donné naissance à la Blaxploitation.

Le terme « Peace » est l'acte fondateur de la Zulu Nation à une époque où la paix sociale s'achète dans la consommation. D'autant plus qu'elle bénéficiera de la bienveillance des pouvoirs publics, qui ne voyaient pas forcément d'un mauvais œil l'entretuerie paralysante de la force vive black, mais qui préfère sans doute les voir s'épanouir dans la consommation joyeuse, plutôt



que prôner une lutte armée ou le séparatisme de la Nation of Islam. Qui par ailleurs sera l'une des principales victimes d'un consumérisme lui coupant l'herbe sous les pieds. Car oui, fatalement, involontairement, les valeurs du hip-hop conduisent au consumérisme. Il suffit d'analyser l'expression la plus importante de la Zulu Nation : *And Having Fun*, qui a au moins le mérite de résumer et de démasquer le charabia de salon de Marcuse, issu en réalité d'une crise interne à la bourgeoisie (divisée entre ceux qui veulent jouir au détriment de la production et les autres).

Le plaisir comme idéologie salvatrice. Ce qui, concrètement, pour des Noirs du ghetto, les envoie directement dans les bras des promoteurs du capitalisme du désir, le « capitalisme du Fun », l'arme massive du libéralisme-libertaire, qui maîtrise à la perfection les termes séducteurs pour mieux impacter le consommateur. À travers des mots comme plaisir, il masquera ainsi son véritable but : intégrer enfin le Noir à l'*American way of life* et le rendre dépendant de choses dont il n'a absolument pas besoin.

Aussi, en prônant l'émancipation par le divertissement, le rap enverra le mouton noir dans la gueule du loup, histoire qu'il se fasse bouffer comme les autres (les moutons blancs). La pilule passant d'autant mieux qu'elle est accompagnée d'un discours sous-jacent faussement révolutionnaire (le hip-hop peut faire changer les choses). Jusqu'à ce que certains se rendent compte que le « Jouir » a un prix, car jouir sans thunes, c'est certes possible dans le cerveau des penseurs de l'École de Francfort ou du fin fond du Guatemala, mais dans le Bronx, c'est un peu plus compliqué. Conclusion : il faudra donc gagner plus pour jouir plus mais, aussi et surtout, pour baiser plus. Ce qui amènera le quidam à devoir être constamment à la page niveau fringues et grosses caisses selon des critères établis par l'arme publicitaire (qui introduira durablement le concept de ringardisation dans la communauté noire) et le conduiront à dépenser ses maigres thunes dans l'idéologie « soirée boîtes de nuit » (encore fortement présente aujourd'hui).



Ceux qui auront réussi à convaincre les femmes de fumer dans un « souci d'égalitarisme » trouveront ainsi dans le hip-hop la fenêtre idéologique leur permettant de faire croire à ses membres que leur accomplissement se situe dans l'extension de la *Block party attitude* à leur vie quotidienne... pour le plus grand bonheur, entre autres, de la General Motors ou des marques de boissons alcoolisées.

Au final, et de manière sournoise, c'est bien l'idéologie du fric qui sortira victorieuse, l'argent étant l'élément indispensable à l'accomplissement du *Having fun* dans une société moderne. Le rap devenant potentiellement l'outil le plus efficace de conversion au matérialisme libertaire le plus crasse, créant un nouveau paradigme durable, inodore et silencieux (sauf pour le voisinage des *block parties*). Le rap, et non le hip-hop dans son ensemble, auquel la Zulu Nation a associé la danse (le *b-boyin*) et le graf', ce qui nécessite une certaine qualité artistique, à la différence d'un rap plus facile d'accès et à la portée de tous ceux qui ont quelque chose à raconter. Ou pas.

De sorte que les ghettos rêvés par Marcuse et Angela Davis comme épïcèntres par excellence de la culture marginale révolutionnaire vont s'avérer être le laboratoire d'un libéralisme de pauvre qui va bientôt envahir le monde.

En voulant fuir la violence des gangs nihilistes, on crée les conditions de l'essor d'une mentale ultra-libérale qui provoquera une situation bien pire, et encore plus violente. Le drame étant que Bambaataa, comme Newton, Van Peebles, Davis, voire Marcuse, partaient sans doute tous d'un sentiment noble au départ. Cela étant dit, bien que l'on ait expliqué ce qui fait la différence entre le go-go et le rap, cela n'explique pas pourquoi l'un a explosé et l'autre pas. L'explication se situe au niveau géographique justement.

S'il existe une gauche hollywoodienne représentée par Bert Schneider et consorts, le véritable centre névralgique de la gauche culturelle se trouve à New York. Le New York bohème du Downtown Manhattan. Lieu de



l'atelier *arty* d'Andy Warhol, la Factory, et des boîtes de nuit branchées comme le Studio 54, le Mudd Club ou le Leviticus, où fraye toute l'intelligentsia de l'époque : des publicitaires aux artistes peintres en passant par les stars de la chanson. Cette intelligentsia va prendre conscience de la culture hip-hop à travers le jeune graffeur Jean-Michel Basquiat. Durant la période 76-79, Basquiat, jeune graffeur issu de la culture hip-hop, tagguera « SAMO » (pour *Same Old Shit*, « la même vieille merde ») aux environs des galeries de Manhattan. Ce qui suscitera très vite l'intérêt du New York branchouille séduit par le caractère novateur de cette forme d'expression, brute, irrévérencieuse et esthétiquement aboutie, est certain de détenir le futur phénomène de la peinture contemporaine. De fil en aiguille, de revues branchées en émissions de télé locales, Basquiat rend hype le jeune Black des ghettos auprès d'une bourgeoisie blanche en quête de sensation et de la *Next big thing*. Aussi, les jeunes graffeurs (tels que Fab 5 Freddy), fraîchement invités dans les boîtes de nuit du

New York branché, y amèneront petit à petit leurs potes danseurs, puis les rappeurs. Et c'est de ce côtoiement que naîtra un rapprochement logique entre la gauche libertaire et le rap, issu de la même matrice idéologique. Car mettons à nue une première imposture : le rap ne s'est pas imposé tout seul. Fils illégitime d'un courant idéologique qui avait oublié son existence depuis la fin de la Blaxploitation, le rap est le bâtard de la gauche libérale américaine. Une fois reconnu par sa génitrice, il est d'autant plus naturel qu'elle reprenne en main son éducation et qu'elle s'en serve pour propager son *way of life*.

Voilà pourquoi le hip-hop et non le go-go. L'histoire du rap sorti de nulle part et s'imposant par la force créatrice et révolutionnaire des ghettos noirs américains est une gigantesque farce. Si le rap a pu s'étendre et ne pas rester un phénomène local, c'est par la force des réseaux de la gauche branchée new-yorkaise. Cette gauche, gestionnaire de la contre-culture, appelée ainsi par une élite culturelle



bourgeoise libérale et libertaire par opposition à la culture de masse, réservée, elle, au peuple méprisé (qui a d'autres choses à foutre que de s'extasier devant le tableau Marilyn Monroe peint par Andy Warhol). Ainsi qui dit réseau, dit fanzines, radios et émissions télé, puis le bouche à oreille d'une caste cosmopolite qui se chargera d'activer ces mêmes réseaux aux quatre coins du pays et ainsi de suite.

Mais avant tout, et bien qu'ils s'en défendent, il faudrait pour cela que le rap soit aussi économiquement viable sur le plan musical. Aussi, si la Zulu Nation est le carburant du mouvement, le Sugar Hill Gang en sera son étincelle.

En 1979, trois inconnus du New Jersey sont regroupés à la va-vite par l'ex chanteuse et désormais productrice Sylvia Robinson. Le nom du groupe Sugar Hill Gang apparaissant logique car premier groupe de son label, Sugar Hill Records. Sugar Hill est également un quartier de la ville de Harlem popularisé

par Duke Ellington. (Coquetterie exotique de Robinson vivant, elle, à Manhattan). Son idée : surfer sur le rap naissant et en faire un titre sur une boucle extraite de *Good Times* de Chic. Et, si ces trois-là ne s'étaient certes jamais rencontrés, ce qui est assez difficile pour créer rapidement une cohésion de groupe, Robinson réussira néanmoins à leur faire enregistrer le titre en une demi-journée. Ainsi naîtra *Rapper's Delight* qui, relayé par toutes les boîtes de nuit in comme le Studio 54 ou le Leviticus, deviendra instantanément un tube interplanétaire.

La success story est belle... à quelques détails près. Premièrement, ce morceau sera très mal perçu dans les quartiers du Bronx et de Harlem, qui ont le sentiment de s'être fait voler leur succès par un boys band du New Jersey. Deuxièmement, le dénommé Label Sugar Hill Records appartient en réalité à un certain Morris Levy, usurier historique... du Clan Genovese. Une appropriation qui relève toujours du même mode opératoire : au départ le prêt d'une somme d'argent (ce



avec quoi elle va monter le label) puis ensuite des intérêts quasi irremboursables conduisant l'emprunteur à céder officieusement sa propriété. Ainsi, c'est le Clan Genovese qui bénéficiera des retombées économiques du morceau. Que ce soit avec le film *Superfly* ou le titre *Rapper's Delight*, on retrouve effectivement la mafia new-yorkaise derrière les succès fondateurs des deux principaux courants de la culture black des années 70. Le rap étant validé économiquement, l'intelligentsia new-yorkaise va pouvoir jeter son dévolu sur le désormais branché leader de la Zulu Nation, le DJ Afrika Bambaataa, d'autant plus que ce dernier, dans une optique universaliste, innove dans le deejaying en mixant sonorités noires, blanches et asiatiques, et sera ainsi le précurseur d'un son nouveau propice à son exportation (et a fortiori à son idéologie).

Telle est donc l'imposture du rap. Il est l'aboutissement d'un processus ayant commencé en 1963. Soit l'accomplissement d'un marxisme libertaire et révolutionnaire

issu de la collusion d'organisations noires contestataires avec la gauche marcusienne. Coopté historiquement par l'establishment et la mafia new-yorkaise, porté par une élite libéralo-libertaire, bénéficiant du génie musical de ses anciens, le rap va, suite à l'essoufflement de la Blaxploitation, prendre le relais et achever sa révolution idéologique. Un ultralibéralisme de pauvre derrière lequel se cache l'industrie du divertissement. Une émancipation conduisant à vouloir sa part du gâteau. Et non à le détruire. Il n'a donc jamais été détourné par le Grand Méchant Capital. Il est le Grand Méchant Capital. Drapé en haillons. Du coup, ce que le rap va devenir n'est que la suite logique de ce processus.



## ACTE II

### *Et la France dans tout ça ?*

Nous sommes en 81-82. Désormais totalement adopté par le New-York *arty*, Bambaataa a le privilège d'officier dans des boîtes de nuit prestigieuses. Jusqu'au jour où la jeune jet-setteuse anglaise Ruza Blue, depuis peu installée à New York pour diriger la boutique de Vivienne Westwood et Malcolm McLaren, tombe sous le charme de la Zulu Nation et du groupe de breakers Rock Steady Crew, alors en représentation dans le club branché The Ritz. Adoptée et renommée Kool Lady Blue, elle devient leur manageuse, puis, très vite dépassée par le succès des soirées qu'elle organise dans le relativement modeste The Negril, elle passe à



la vitesse supérieure en choisissant l'immense club The Roxy, surnommé « le Studio 54 du Roller », pour y installer ses artistes.

Très vite, les soirées au Roxy deviennent la référence des nuits branchées new-yorkaises, lors desquelles on peut croiser aussi bien des jet-setteurs comme Debbie Harry du groupe Blondie, Mick Jagger ou le dandy Glenn O'Brien que les DJ's Afrika Bambaataa et Grandmaster Flash, les graffeurs Fab 5 Freddy et Futura 2000 ou les danseurs du Rock Steady Crew. Sans compter les innombrables anonymes des quartiers chauds du Bronx à Harlem, invités à s'exhiber dans des battles de danse sous le regard fasciné de la bourgeoisie bohème.

Parmi elle, un Français : le journaliste Bernard Zekri, alors correspondant à New York pour le magazine branché parisien *Actuel*. *Actuel* dont l'esprit est justement issu de la gauche bourgeoise libertaire post-soixante-huitarde, qui puise son logiciel idéologique dans

les courants marcusiens. Aussi en s'auto-définissant comme fer de lance de la contre-culture (par opposition à la culture bourgeoise puritaine de papa et maman), le magazine se veut, et se doit d'être, constamment à la pointe, de par le monde, en matière de tendances novatrices dites contestataires. Bien loin des préoccupations de l'ouvrier français (authentiquement de gauche), de plus en plus paupérisé depuis la crise mondiale provoquée (voulue ?) par la fin des accords de Bretton Woods, qui laisse l'économie virtuelle des marchés prendre définitivement le pas sur l'économie réelle.

Le rapprochement se fait donc logiquement entre Bernard Zekri et les membres de cette culture naissante, dont il partage les valeurs hédonistes. Un rapprochement facilité par le fait qu'il habite dans le même immeuble que Lady Kool Blue... il rencontre et fraternise donc avec les principaux membres du mouvement. Notamment avec le graffeur dandy Fab 5 Freddy, qui, à l'époque, était la



passerelle entre le Bronx de la Zulu Nation et le Manhattan branché, auquel il était l'un des rares à avoir accès en dehors des soirées. Par ailleurs, sur place, Zekri se lie d'amitié avec deux jeunes Parisiennes : l'architecte Laurence Toutou et la photographe Sophie Bramly. Et c'est ensemble que le trio se rendra régulièrement au Roxy. Très vite, l'« exotisme » de ces Françaises au look bourgeois-chic, et notamment l'exubérance de la jeune Bramly, va les distinguer des autres filles du mouvement, leur offrant automatiquement le statut de favorites auprès d'Afrika Bambaataa and co. Ainsi, compte tenu des liens qui unissent Zekri et sa bande aux principales personnalités de la Zulu Nation, il lui vient naturellement l'idée de proposer à Lady Blue d'organiser une tournée en France pour présenter ce qu'il pense être le futur phénomène de la contre-culture depuis le mouvement hippie.

Nous sommes en 1982. Revenu en France, Zekri propose l'idée à Alain Maneval, animateur star d'Europe 1, à travers l'émission de la culture

punk « Pogo » et par ailleurs présentateur de l'émission musicale « Megahertz » sur TF1. Ce dernier, croyant voir dans le rap l'authenticité contestataire du punk anglais (alors qu'idéologiquement radicalement opposé), accepte de participer à l'aventure et de fil en aiguille, Europe 1 (de Philippe Gildas, suite à l'éviction d'Étienne Mougeotte par Mitterrand) se trouve être le principal sponsor de la tournée. Son nom : le New York City Rap Tour, auquel participera toute l'intelligentsia hip-hop, d'Afrika Bambaataa au Rock Steady Crew. Le rap est prêt à débarquer en France durant le mois de novembre 1982.

En fait, quoi de plus naturel que la première tournée internationale de la Zulu Nation (devenue entre-temps Universal Zulu Nation : « Hédonistes de tous pays, unissez-vous ! ») ait lieu dans le seul grand pays occidental où sa génitrice, la gauche libérale, est arrivée au pouvoir. Soit le Parti socialiste de François Mitterrand. Une gauche social-démocrate comme elle aime à se nommer et, qui, pour



pallier ses (futures) impostures sur le plan social et sa trahison du prolétariat, accentuera ses actions sur le plan sociétal. À l'image de l'importance de son plus emblématique ministre : l'incomparable Jack Lang.

D'ailleurs, bien que (parce que ?) relayée par l'incontournable journal *Libération*, cette tournée de novembre 82 à travers les principales villes de France comme Paris et Lyon, encore traumatisé par les émeutes urbaines de Vénissieux, fera un flop chez son principal cœur de cible, le banlieusard, encore bien ancré dans sa musique funk (et qui ne lit pas *Libé*). Les dates parisiennes nous permettent donc de mieux apprécier ce constat : échec au pourtant populaire hippodrome de Pantin, aux trois-quarts vide, semi-échec au Bataclan, le temple des danseurs urbains de l'époque, qui ne seront impressionnés que par les performances du Rock Steady Crew et non par les scratches intempestifs des DJ's et les vociférations des rappeurs, et pour finir succès total... dans la boîte de nuit branchée le Palace ! Le Palace,

dont la clientèle est à l'image de celle que l'on retrouve à Manhattan. Une bourgeoisie cosmopolite issue des mondes du spectacle, de la mode et du culturo-mondain.

Il va pourtant falloir en faire un peu plus pour faire avaler aux lascars des cités leur soupe néo-libérale, voire négro-libérale. Cela dit, des extraits de cette tournée passeront dans l'émission de TF1 « Megahertz », ce qui permettra aux jeunes de banlieue (vous savez, ceux qui ne lisent pas *Libé*) de prendre connaissance de l'existence du mouvement. La télévision, grande prêtresse de la conversion verticale et de l'endoctrinement des masses, surtout à cette époque, où le faible nombre de chaînes faisait que tout le monde regardait la même chose.

Un an et demi plus tard, de retour en France et forte de son expérience parmi la Zulu Nation, Laurence Touitou a l'idée de produire une émission entièrement consacrée au hip-hop. Aidée par son amie Sophie Bramly, en



qualité de directrice artistique du projet, elles proposent le concept à Marie-France Brière, alors directrice des programmes de TF1. Cette dernière choisit le spécialiste de la musique black, Sidney Duteil, animateur d'une quotidienne musicale sur Radio 7. L'émission « H.I.P.H.O.P » est née. Et c'est une première mondiale. Émission qui va pour le coup bénéficier d'un fort impact dans les banlieues, où les enfants d'immigrés venus en France suite à la loi sur le regroupement familial voulue par Giscard (entendre Bouygues) entrent dans l'adolescence.

Nous sommes en 1984. Époque durant laquelle SOS Racisme commence sa récupération de l'électorat immigré pour le compte du Parti socialiste et participe à son auto-victimisation vis-à-vis du méchant Français de souche colonialiste. Époque où, accompagnant le tournant libéral du gouvernement Fabius, la France entre dans les années fric, le culte du winner, promu par les publicitaires de type Séguéla et les séries américaines dont le

meilleur représentant est le *Dallas* de l'ignoble JR. Le public est enfin mûr pour assimiler le catéchisme libéralo-libertaire (il est interdit d'interdire. Mieux, il est interdit d'interdire de vouloir gagner du fric) et a fortiori, le banlieusard noir, séduit par le mythe d'une culture black et l'image d'une communauté autodéterminée, moins humiliante que celle d'un *Arnold et Willy* par exemple. Quoi que l'on serait en droit de se poser des questions au vu des looks totalement improbables des danseurs de l'émission « H.I.P.H.O.P » dont on pourrait penser qu'ils sortent directement d'un épisode de *Star Trek*. Néanmoins, bien que ce soit la danse qui fut mise en avant, le rap va très vite prendre le dessus, car il nécessite moins de talent et répond au désir narcissique du banlieusard.

Toujours est-il qu'il est amusant de constater que ce sont donc trois femmes qui ont permis au rap d'éclore en France, sachant la réputation de misogynie qu'il traînera des années plus tard. Enfin, amusant, cela dépend pour qui.



Car en réfléchissant bien, ces femmes sont à l'origine d'un mouvement prônant le mythe d'une émancipation, d'une *affirmative action* à l'américaine qui se cassera la gueule face à la réalité de la vie d'un banlieusard dans une société française en pleine crise du chômage. Cette sur-virilisation est en fait née d'une situation sociale castratrice engendrée par l'idéologie de la classe à laquelle ces femmes appartiennent. Qui est non sexuelle. Car, évidemment, celles qui s'en prendront plein la gueule seront celles des classes inférieures (à une Marie Trintignant près).

Par une coquetterie intellectuelle, on pourrait même affirmer que ce sont elles qui sont à la base de ce machisme d'un genre nouveau, le machisme du rappeur, castré à son insu, et qui se chargera de jouer une partition dont on saura se servir en temps voulu. (Le rappeur validé par Jack Lang et le PS dans les années 80 devenant vingt ans plus tard le violeur barbu pointé par Ni Putes ni Soumises... du même parti politique.) Pas étonnant dans ce cas

de voir Marie-France Brière produire deux ans plus tard l'émission « Ambitions », ode au golden boy Bernard Tapie, symbole de l'hypocrisie frisant l'obscénité dans laquelle baignait cet entre-soi, que l'on a qualifié à juste titre de gauche caviar.

Pendant ce temps-là, les États-Unis sont sous la présidence Reagan et serinés à l'idéologie ultralibérale de l'économiste Milton Friedman. Résultat, les États-Unis mènent une politique intérieure dévastatrice dans les quartiers pauvres, accroissant les inégalités à un niveau encore jamais atteint. D'autant plus que le crack fait particulièrement des ravages au sein des ghettos afro-américains. Ce qui permettra au groupe Grandmaster Flash and the Furious Five d'être le premier à expérimenter le rôle de rappeurs idiots utiles, à travers le morceau de rap conscient *The Message*, en dénonçant cette situation alarmante, tout en étant produit... par Sugar Hill Records et donc le Clan Genovese, responsable du trafic de drogue dénoncé plus avant !



L'heure n'est plus à la fête et, d'ailleurs, la période de mixité que l'on a pu observer dans le Downton Manhattan est bel et bien révolue. Premières désillusions des précurseurs du hip-hop, qui ont cru au mirage *Peace, Love, Unity and Having Fun*, n'y ayant vu que le volet libertaire alors que ceux qui ont bien compris son aspect le plus important, l'aspect libéral, s'en sont beaucoup mieux sortis.

C'est le cas de Russel Simmons. Ce jeune Noir originaire du Queens, issu d'une famille modeste, alors organisateur de soirées et manager du groupe de rap Run DMC, va au contraire saisir l'opportunité que lui offre cette période de récession, pour la tourner à son avantage. Il va pour ce faire marquer son groupe en fonction du contexte économique, de manière à ce qu'il plaise à un public blanc (ayant le pouvoir d'achat) tout en préservant les codes de représentation des ghettos noirs américains, quitte à les stéréotyper. Russel Simmons est le premier à avoir compris que la forme dans le rap est bien plus importante que

le fond. Du moins pour vendre des disques. Il va donc créer un « look Run DMC » : sourcils froncés, grosses chaînes en or, chapeaux noirs de mafieux, vestes et pantalons en cuir noir et baskets Adidas sans lacets faisant référence aux prisonniers noirs américains (auxquels on confisquait lacets et ceinture à leur entrée de prison pour éviter tout meurtre ou suicide).

Un « style agressif soft » qui aura l'avantage de fasciner les kids blancs et de flatter les fripouilles des ghettos afro-américains. Le génie de Simmons a été de coller au groupe un son brutal et dépouillé rappelant l'énergie explosive des *Block parties*, tout en le dépouillant de son côté revendicateur, lui privilégiant des textes creux, égocentriques et faussement agressifs de manière à ne fâcher personne. Fort de son concept, il proposera le deux titres *It's Like That/Sucker MC's* au jeune label Profile Records, et comme prévu, à l'échelle (pas bien grande) du marché rap, il sera un succès. Sauf pour Simmons. Qui voit beaucoup plus grand, ce succès ayant juste



servi de laboratoire à sa stratégie et l'ayant conforté dans le fait qu'il était sur la bonne voie : celle de devenir le nouveau Berry Gordy, le mythique patron noir de la Motown (des Jackson Five et de Stevie Wonder, entre autres). Car Simmons est persuadé qu'il peut faire du rap une musique populaire. Mais pour ce faire, il lui faut absolument passer sur MTV, l'incontournable chaîne de télé musicale. Il doit par conséquent rendre le son Run DMC plus accessible.

La solution se trouvera dans sa rencontre avec le jeune Rick Rubin, propriétaire d'un petit label issu de la scène punk rock new-yorkaise : Def Jam. Fan de hip-hop et musicien de génie, ce dernier rêve de créer une musique révolutionnaire mixant le rap et le rock. Rubin et Simmons décident donc de s'associer et de relancer le label Def Jam. Le premier est dans une démarche artistique novatrice et a besoin du second pour obtenir l'accès à l'univers rap ; Simmons, quant à lui, voit en Rubin le chaînon manquant pour accéder à un niveau supérieur.

Sous l'influence de Rick Rubin, le premier album de Run DMC devient instantanément disque d'or grâce notamment au single empreint de riffs de guitare *Rock Box*, qui sera le premier clip rap à passer sur MTV ! Mieux, le deuxième album, intitulé *King of Rock* (au cas où l'on n'aurait pas compris) et aux sonorités de plus en plus rock, deviendra, lui, disque de platine, soit un million de ventes ! Simmons entre dans la cour des grands. Il vient de démontrer que le rap peut vendre des disques. Peut-être même davantage que les autres courants musicaux car porté par un aspect subversif de façade ayant l'avantage de pouvoir reposer simplement sur l'imagerie que renvoient trois Noirs à l'air énervé (même si ces derniers s'avèrent être doux comme des agneaux une fois les projecteurs éteints).

Nous sommes en 1986, Rick Rubin, qui développait de son côté le groupe d'ex punk rockeurs blancs et désormais rappeurs, les Beastie Boys, tâtonnait musicalement afin de trouver un son satisfaisant. Le sien. Celui qui



devait révolutionner la musique. Aussi, malgré son influence sur la direction artistique de Run DMC, il ne les a jusqu'à présent jamais fait bénéficier de ses compositions musicales. Cette fois-ci, il est prêt et entreprend de produire simultanément « musicalement » l'album de Run DMC *Raising Hell* et celui des Beastie Boys *Licensed to Ill*. Et force est de constater qu'il avait raison, puisque ce seront au final les deux albums de rap les plus vendus des années 80 et classés parmi les plus vendus de tous les temps. Rubin eut l'idée de génie de monter un duo Run DMC/Aerosmith, qui donnera un tube planétaire avec la reprise de *Walk this Way* et rendra le disque *Raising Hell* trois fois disque de platine. Mais ce n'est rien comparé au succès du premier album des Beastie Boys, véritable bébé de Rubin, qui dépassera les frontières musicales et se vendra à neuf millions d'exemplaires.

Simmons avait vu juste : le rap est définitivement ancré dans l'industrie du divertissement. Sa tactique, qui consiste à

séduire à la fois un public noir et le grand public blanc en singeant une black rebelle attitude tout en prônant un discours hédonisto-révolutionnaire (les paroles de *Walk this Way* ou le titre phare des Beastie *Fight for your Right... To Party !*), accompagnée d'un son métissé universaliste, a porté ses fruits. Matérialisant en quelque sorte le contenant black-panthéro-marcusien de la Zulu Nation, elle permet à la jeunesse américaine de canaliser sa frustration et sa colère envers la politique reaganienne et de les transformer en une énergie positive. Entendu inoffensive. D'où son approbation par les tenants du manche, alors propriétaires des circuits de diffusion de l'industrie *mainstream* (Warner, Viacom, CBS). Mais tous ne sont pas dupes. Notamment le docteur Gerald Deas. Un éminent penseur activiste noir et poète d'exception à ses heures perdues. C'est d'ailleurs dans l'un de ses poèmes, intitulé *Felon Sneakers* et sorti en 85, qu'il fustige l'intérêt grandissant des jeunes Afro-Américains pour cette mode de ne pas



attacher les lacets de leurs baskets. Attitude qui, selon lui, conforte cette jeunesse dans l'acceptation implicite d'être tous des voyous potentiels. Et c'est pour répondre à cette accusation qu'un an plus tard, Run DMC sort le titre *My Adidas*, sur l'album *Raising Hell*, dans lequel le groupe revendique fièrement sa déification de la marchandise. Cet épisode resterait anecdotique s'il n'était pas indirectement responsable de l'avènement du plus grand théoricien du rap, celui qui définirait les bases définitives de ce qu'est cette musique aujourd'hui sur le plan idéologique et économique : le dénommé Lyor Cohen.

C'est lors de la tournée de l'album *King Of Rock* du groupe Run DMC et de son passage dans une boîte de nuit californienne que Russel Simmons fait la connaissance du jeune promoteur et analyste financier Lyor Cohen. Séduit par la vision de Lyor, de deux ans son cadet, Russel lui propose de le rejoindre à New York dans l'aventure Def Jam. Dès le départ,

Rubin n'apprécie pas ce nouvel arrivant, qui, tout en étant juif comme lui, le renvoie face à ses propres complexes. Ceux d'un fils de femme de ménage, introverti et au physique ingrat, face à un fils de consul israélien, petit-fils de général, extraverti et au sourire ultra-bright. De plus, Cohen apporte un vent nouveau au label en essayant d'insuffler une approche libérale décomplexée, en totale contradiction avec celle de Rubin. Une rivalité naissante plus ou moins entretenue par Simmons qui, en bon arbitre, compte les points, jugeant cette tension stimulatrice et bénéfique pour Def Jam. Et surtout, il voit en Cohen la clé pour accéder à un niveau supérieur. Car celui-ci n'est pas venu pour rigoler et capte immédiatement la potentielle mine d'or économique que constitue le rap. Pour faire court, il a une vision et il sait où il veut aller. Il va alors saisir l'opportunité que lui offre le titre *My Adidas* pour tester ses thèses néolibérales et savoir si elles sont applicables concrètement. Profitant de la colossale tournée du groupe Run DMC pour l'album



multi-platine *Raising Hell*, Cohen invite personnellement Angelo Anastasio, alors jeune responsable du marketing de la section locale Adidas Los Angeles, à venir assister au concert événement du groupe au Madison Square Garden de New York. Cette invitation est loin d'être anodine car pendant le show, DMC, l'un des membres du groupe, demande rituellement à l'assistance de retirer puis de brandir ses Adidas, avant de chanter *My Adidas* dans une ambiance quasi hystérique. Évidemment, la vision de 20 000 personnes brandissant chacune sa paire d'Adidas, dans un délire d'appropriation quasi mystique, va totalement convaincre le jeune Anastasio de la nécessité pour la marque de s'associer à ce phénomène. D'autant plus que nous sommes en 86, époque à laquelle Adidas éprouvait les pires difficultés à infiltrer le marché américain des mastodontes Nike, Reebok et Converse. Résultat : peu de temps après, Adidas conclut un deal historique en sponsorisant entièrement le groupe Run DMC pour la somme astronomique (pour

l'époque) d'un million de dollars. Du jamais vu. Lyor Cohen sera le premier à comprendre que le rap pouvait être un formidable vecteur publicitaire, sinon le meilleur, en raison du fait que sa cible voit son désir d'achat stimulé par des voies détournées : la basket Adidas non lacée ici présente est synonyme d'une insoumission que l'on pourrait qualifier de salon. On savait que le rap pouvait vendre énormément de disques, mais à la différence des autres courants musicaux, il peut aussi vendre *autre chose* que des disques : Lyor Cohen savait en effet où il voulait aller, car il venait tout bonnement d'inventer un nouveau modèle économique. Devenu en un clin d'œil l'interlocuteur privilégié des marques voulant s'engouffrer dans cette activité, Cohen grimpe instantanément dans la hiérarchie Def Jam, et parvient quasiment au niveau de Simmons et Rubin. Un Rubin qui, bien qu'ennuyé par le coup de maître de Cohen, est obnubilé par sa quête musicale du son novateur, qu'il pense enfin avoir trouvé après la signature d'un tout nouveau groupe du nom de Public Enemy.



### *Public Enemy ou l'art du grand écart idéologique*

Avant de s'appeler Public Enemy, le groupe, c'est deux animateurs de la radio de l'université new-yorkaise d'Adelphi, Chuck D et Flavor Flav, réunis par le directeur des programmes Bill Stephney. Fort de ses lectures et poussé par son travail sur l'histoire des Afro-Américains, le but de Chuck D était au départ de se servir de la radio pour former intellectuellement ses auditeurs noirs, afin qu'ils ne retombent pas dans les pièges du passé. Mais après avoir entendu Run DMC, il lui vient l'idée d'improviser des morceaux de rap durant l'émission, voulant ainsi allier conscientisation et ludisme, ce que le rap semble proposer à merveille. Premier grand écart. Car si, effectivement, le show radio de Chuck D et Flavor Flav devient de plus en plus populaire, le rap, dont on connaît la composante révolutionnaro-fun, conduit inévitablement à la prédominance du fun, entendu l'industrie du divertissement. Et c'est ce qui se passera. Évidemment.

En souvenir d'un clash chez son coiffeur avec un rappeur de la scène locale qui voulait le défier dans une joute verbale (appelée « battle » chez les rappeurs), Chuck D improvise le titre *Public Enemy N°1*, qui sera un tel succès que le groupe adoptera définitivement le nom de Public Enemy. Puis, Simmons, toujours dans sa logique de recruter les talents lui permettant d'accélérer son extension, embauche le programmeur Bill Stephney, appréciant la manière dont il a fait d'une simple radio de campus la radio rap la plus écoutée de New York. Et c'est ainsi qu'il propose le groupe de Chuck D à Rick Rubin, qui voit en Public Enemy le groupe idéal pour tirer la quintessence de la musicalité, de la radicalité et de l'énergie du rap et punk rock. En outre, Chuck D et Stephney ont une idée bien précise de l'imagerie du groupe qu'ils veulent développer. C'est dans cette optique qu'ils s'associent à l'ex militaire Richard Griffin, dit Professor Griff, alors leader d'un groupuscule appelé Security of The First World, S1W, un service de sécurité dont l'idéologie est un mix de la pensée des arts martiaux et de la Nation of Islam. Ainsi,



s'appuyant sur l'image des Black Panthers, Griff sera désigné porte-parole du groupe à l'instar du mythique porte-parole du BPP, Fred Hampton, assassiné par COINTELPRO, tandis que les S1W feront partie intégrante du show Public Enemy, accompagnant sur scène, tout de noir vêtus, les propos afro-militants de Chuck D par des chorégraphies militaires. D'où le deuxième grand écart. Car Public Enemy devra composer non seulement avec un Rubin hostile à une politisation de la musique, mais aussi avec les exigences de l'industrie du divertissement, qui verrait d'un mauvais œil resurgir le spectre du BPP pré-Marcuse. Toujours est-il que le premier album du groupe *Yo! Bum Rush the Show*, sorti en 87 et malgré une critique dithyrambique (du fait du « son » Public Enemy, mélange hybride entre le rap, le rock voire le blues et le funk), obtient un succès d'estime bien en-deçà des scores réalisés par Run DMC et les Beastie Boys.

Une fois de plus, Lyor Cohen va se saisir de l'occasion pour porter un coup définitif à son rival. Comprenant que le cœur du problème

Public Enemy se trouvait dans le flou artistique entretenu par l'hésitation du groupe à assumer son discours révolutionnaire pour des raisons commerciales, Cohen va au contraire les inciter à se lâcher totalement. S'appuyant sur l'aval d'un des dirigeants du label et malgré les réticences de Rubin, Public Enemy durcit son discours dès son deuxième album en 1988, *It Takes a Nation of Millions to Hold Us Back*. Et c'est un succès : l'album s'écoule à plus d'un million d'exemplaires. Ce qui est un véritable exploit sachant qu'y sont reprises des thèses fustigeant le suprématisme blanc et prônant l'émancipation noire. Avec notamment leur hit *Don't Believe the Hype*, sous-entendu que ce sont eux qui détiennent la véritable information, s'autoproclamant le CNN du ghetto. Aussi, Public Enemy prétend désormais proposer plus que de la musique et s'érige en leader d'opinion. Aïe.

Encore une fois, Lyor Cohen, véritable génie du marketing, démontre qu'il est celui qui a le mieux compris le rap, qui peut être un



formidable outil pour transformer la subversion en une plus-value commerciale. Plus le discours est authentiquement contestataire, plus le public y adhère et donc plus il achète de disques. Le public noir étant flatté dans sa fierté, les Blancs séduits, fascinés par ces révolutionnaires qui les acceptent dans leurs concerts. Équation d'une logique implacable, mais pourtant inacceptable pour un Rubin qui, voyant le virage idéologique de son label, décide de céder sa place à un Cohen triomphant pour partir vers de nouveaux horizons. Lyor Cohen devient dès lors co-président de Def Jam en 1988. Ce dernier, qui a désormais les mains libres, va pouvoir parachever son œuvre en étant l'alpha et l'oméga du troisième album, à nouveau disque de platine, de Public Enemy : *Fear of a Black Planet*. Album dans lequel Chuck D va de plus en plus loin, reprenant pêle-mêle toutes les idées afro-révolutionnaires et subversives des cinquante dernières années, de Huey Newton au Farrakhan de la Nation of Islam en passant par Stokely Carmichael. En somme tout le courant idéologique issu du schisme de la

marche de Washington de 1963. Avec comme point d'orgue, en 1989, le mythique titre *Fight the Power*, succès interplanétaire, dont le clip sera une reconstitution de ladite marche, mais cette fois-ci sponsorisé par Def Jam-Columbia Records (son distributeur) avec à la réalisation le pubard Spike Lee. Spike Lee, célèbre pour son film *Do the Right Thing*, mais surtout pour ses pubs avec le basketteur Michael Jordan et ses fameuses Air Jordan III. Baskets dont le succès inouï cette année-là vont littéralement sauver l'entreprise Nike. Nike et Jordan pouvant remercier « grassement » un Lyor Chen, qui aura habilement mené ce qui restera jusqu'aujourd'hui l'une des plus intelligentes campagnes de placement de produit en faisant porter dans le clip ces Air Jordan par Chuck D. Faire la révolution, c'est beau, mais en baskets Nike, c'est mieux. D'ailleurs, c'est ce que fait P.E.

Mais le cœur des hommes est un matériau volatile. Aussi, le Professor Griff, grisé par la liberté de ton dont il jouit, va lors d'une



interview se mettre à critiquer la position d'Israël vis-à-vis de la Palestine, puis se hasarder à des déclarations antisémites. Accablés par l'opinion publique, Chuck D et le reste du groupe lâcheront logiquement leur collègue puis, fortement avisés par Lyor Cohen, iront jusqu'à faire amende honorable en allant se recueillir dans un musée consacré à l'Holocauste. Ils réussissent l'exploit d'être dans la même année un groupe néo punk et les premiers rappeurs « ouin-ouin ». L'heure est donc au bilan. À travers Public Enemy, le processus entamé depuis 1963 est bel et bien terminé. Vingt-sept ans plus tard, le rap a fait sa mue et permis la récupération de la contestation noire par l'industrie du divertissement, comme l'avait prophétisé J. Edgar Hoover.

Bilan :

- Huey Newton mourra en 1989, seul, ruiné et assassiné en sortant d'une crack house.
- Bobby Seale, son adjoint, fera quelques années plus tard de la pub pour les glaces Ben & Jerry, tenant une glace dans une main et

brandissant le poing Black Panther de l'autre en disant : *Vanilla it's nice !*

- Eldridge Cleaver, quant à lui, s'est inscrit au Parti républicain et a mené campagne pour George Bush Sr. durant les présidentielles.
- Angela Davis, désormais essentiellement combattante féministe, continue ses conférences rondement rémunérées à travers le monde.
- David Horowitz, devenu néoconservateur républicain, soutiendra George Bush Sr. deux ans plus tard dans sa politique va-t'en guerre durant le conflit irakien.
- Jerry Rubin, de la Gauche radicale, un temps alliée au BPP, est pour sa part devenu un businessman républicain qui aura eu le nez sacrément creux puisqu'il aura été l'un des premiers investisseurs d'Apple.

Le rap ayant récupéré puis digéré la contestation, il est temps maintenant de passer à l'étape suivante : la conversion des esprits au néolibéralisme. Tom Silverman, ancien producteur de Bambaataa, et Barry Weiss,



respectivement patron des labels Tommy Boy Records et Jive Records, tentent alors de réactiver une Zulu Nation moribonde à travers l'essor des Native Tongues : un mouvement afro-centriste new-yorkais porté entre autres par les groupes De La Soul (Tommy Boy) et A Tribe Called Quest (Jive) pour répondre pacifiquement aux coups de boutoir de l'administration Reagan. À l'Ouest, quelque chose est en train de se passer.

Nous sommes en 85. Jerry Heller, ancien manager d'Elton John aux États-Unis, se lance dans la production musicale de groupes locaux de la ville de Los Angeles à travers son label Macola Records. La mode est à l'électro pop, un courant musical dérivé du funk dont la parenté nous est rappelée par les accoutrements totalement psychédéliques de ses chanteurs et leurs coupes de cheveux défrisés. C'est dans ce cadre qu'il produit le groupe du DJ Alonzo Williams, *World Class Wreckin' Cru*, dans lequel se trouvent les juvéniles Antoine Carraby et André Young, surnommés Dj Yella

et... Dr. Dre. Leur premier album, *World Class*, ayant reçu un succès honorable, Heller revend leur contrat à la Major Sony-Épic, réalisant au passage une conséquente plus-value.

Ayant maintenu de bons rapports avec Alonzo Williams, ce dernier contacte Heller en 1987 et lui demande de recevoir un certain Eric Wright, qui, malgré ses 24 ans, est l'un des plus importants dealers de Compton et désirerait se lancer dans la musique rap. Eric Wright est tellement motivé qu'il est prêt à payer, ne serait-ce que pour obtenir une entrevue. Heller accepte et écoute la maquette d'un Eric Wright se faisant appeler Eazy-E et rappant sur un texte écrit par un certain Ice Cube et un son réalisé par Dr. Dre. Le titre : *Boyz-n-the-Hood*. Une ode aux putes, à la drogue et au flingage de Négros. Un choc. Heller va adorer et décider de les produire : N.W.A (Niggaz Wit Attitudes) est né.

Tout d'abord, Heller et Eazy-E créent ensemble une mythologie : celle d'un rap de gangsters



originaires de Compton, même si ni Ice Cube (sorti d'études supérieures de commerce) ni Yella et Dr. Dre (toujours membres du groupe World Class au look néo curly Kool and the Gang) n'en sont. Qu'à cela ne tienne, le but est surtout de mettre en avant le mégalomane Eazy-E, qui, lui, en est vraiment un. Malheureusement, l'album est un échec en raison du manque d'investissement financier de Macola Records mais aussi de son manque de savoir-faire dans l'industrie rap et, avouons-le, des faibles talents « rappologiques » du sieur Eazy-E. Cela dit, Heller est tout de même persuadé de tenir le bon filon. Conscient de s'adresser à un public jeune et s'appuyant sur sa fascination pour des films violents comme *Scarface*, il s'évertue à appliquer au rap les mêmes recettes : une sur-exagération du sexe et de la violence et une gangstérisation du rap à outrance auxquelles on pourra ajouter un « certifié vrai », obtenu par la mythification de la réputation des quartiers chauds de Los Angeles.

Reste maintenant à développer le concept. Et là, Heller convainc Eazy-E d'investir dans le rap tout l'argent qu'il a gagné grâce à la vente de drogue, tant les circuits financiers y sont obscurs, tant la location d'un studio d'enregistrement et le paiement des séances peuvent se faire de manière opaque. Étant entendu que la fabrication d'un morceau de rap échappe encore aux organes officiels de réglementation par ailleurs peu intéressés par la tambouille interne d'un petit label indépendant.

Aussi, Heller conceptualise une pratique qui fera légion : le blanchiment d'argent dans l'industrie du rap. Ils fondent ainsi tous les deux le label Ruffhouse Records. Puis, la nécessité de disposer du génie musical de Dr. Dre à plein temps grandissant, Eazy-E et son équipe se chargent de « convaincre » Alonzo Williams de laisser partir sa poule aux œufs d'or, qui changera d'écurie sans aucun scrupule. Un Dr. Dre alors totalement relooké et qui passe instantanément du style curly-



épaulettes au look casquette, lunettes noires, jeans et chemise sombre. Avec un Ice Cube aux sourcils froncés au possible et le rappeur MC Ren, NWA est enfin prêt.

Enfin presque. Car si Ruffhouse est le label qui se chargera de produire le disque, il lui faut d'abord s'associer avec un distributeur, dont les réseaux et le savoir-faire marketing permettront à l'album de bénéficier d'une exposition nationale. Le choix se portera sur Priority Records de Bryan Turner, qui a la même vision qu'Heller et qui voit dans le rap l'avant-garde d'un courant matérialiste décomplexé, conforté par la distribution à succès du groupe new-yorkais EPMD (Erick and Parrish Making Dollars) et de son album sobrement intitulé *Strictly Business*.

L'association Ruffhouse-Priority sort ainsi en 1988 le premier album de NWA, *Straight Outta Compton*, album qui lancera la mode du gangsta rap. Un rap de voyous, ordurier, outrancier, qui va évidemment séduire les

jeunes Américains et devenir illico double disque de platine. Sans compter les multiples polémiques – comme avec le titre *Fuck the Police* –, qui les placent officiellement dans la ligne de mire du FBI, Heller ayant compris que la censure et l'ostracisme de l'administration républicaine étaient bénéfiques pour les ventes de disques. Une jeunesse stupide qui tombe dans le panneau en croyant avoir trouvé en NWA un moyen d'exprimer sa colère et en ne remarquant pas que c'est cette ode au « fric-à-tout-prix » qui conduit à la situation de violence dénoncée. Le gangsta rap, sorte de matérialisation musicale de la sauvagerie ultralibérale, s'autonourrit, se cannibalise, continuer d'enfoncer cette jeunesse afro-américaine, cette fois-ci sans l'aide d'un quelconque COINTELPRO des temps modernes.

On a tout dit sur le gangsta rap. En opposition à un rap dit positif, dont on a vu qu'il repose en fait sur les mêmes bases idéologiques, le gangsta rap permet au rap de cacher sa



propre imposture. Bon flic-mauvais flic. Il est en fait tout simplement le vrai visage de l'ultralibéralisme sous-jacent à l'idéologie libertaire de la Zulu Nation. Évidemment, ce succès attire les convoitises des autres maisons de disques, qui ont de surcroît toutes bien compris que la réussite du groupe reposait sur le génie musical de Dr. Dre. Et c'est le producteur Jimmy Iovine qui va trouver la solution pour réussir à s'accaparer le prodige. Nous sommes en 1991. NWA s'apprête à sortir son deuxième album *Efil4zaggin* (la version verlan de *Niggaz 4 life*), qui a enregistré le départ d'un Ice Cube en conflit avec Heller, mais lui aussi distribué par un Priority Records pour le moins pragmatique, qui se chargera de distribuer tous les groupes se lançant dans le gangsta rap, de Ice-T à Above the Law (en passant par les Geto Boys).

L'album de NWA est un succès et consacre définitivement Dr. Dre comme la star du groupe, tant au niveau de la production qu'en matière de textes, vu que le bougre s'en sort

plutôt bien en rap. Il sera toutefois difficile pour l'ambitieux Dr. Dre de sortir du cadre bien défini (délimité ?) par Heller et Eazy-E, qui gèrent le business d'une main de fer.

Fort de la fortune amassée lors de ses précédents succès, notamment en produisant U2, Jimmy Iovine fonde la mini major Interscope Records. Et bien qu'il ait largement les moyens de débaucher le jeune et avide Dr. Dre, Jimmy Iovine doit composer avec le modèle économique propre au rap, qui repose sur le « concept de street-crédibilité ». Aussi, pour ne pas désarçonner un public naïf qui ne comprendrait pas l'intrusion d'un producteur de musique dite blanche dans son rap de vrais bonshommes, un album rap doit être produit par un label estampillé black, suivant la logique que plus la vitrine est crapuleuse, plus sa musique est légitime, qui plus est dans le gangsta rap. Après avoir contacté en catimini Dr. Dre, ils s'arrangent avec Suge Knight, un authentique voyou au physique imposant et traînant dans le sillage de NWA, pour fonder le label Death Row Records.



Il est désormais temps pour Dre, selon le plan convenu, d'accuser à son tour Heller (qu'il avait défendu bec et ongles contre Ice Cube, allant jusqu'à insulter ce dernier dans des morceaux) d'escroquerie. Puis d'être sollicité, comme par hasard, par un Suge Knight qui, ça tombe bien, vient justement de monter son label. Le plan semble fonctionner, d'autant plus que Suge Knight et ses acolytes usent de leurs méthodes musclées pour « discuter » avec le certes dealer mais frêle Eazy-E.

Mais tout ne sera pas aussi facile. Fort des liens qu'il entretient avec la LDJ (Ligue de défense juive), une organisation raciale juive violente et extrémiste dont il est l'un des principaux mécènes, Heller mandate ses congénères pour participer aux négociations. Ces derniers rendront coup pour coup aux agressions de Suge et sa clique, et iront jusqu'à menacer de mort Dr. Dre, qui prendra en pleine face le principe de réalité d'une violence autrement plus dure que celle stylisée et romancée des vidéoclips. Suge Knight aura pour sa part

incontestablement sous-estimé l'adversité, d'autant plus qu'Eazy-E bénéficie d'autres soutiens de poids depuis sa participation au mois de mars 91 à Washington au dîner annuel des donateurs du Parti républicain, en la présence de George Bush ! Eazy-E, partisan de la guerre en Irak, invité personnel du *Congress man* Bob Dole, le même qui hurlait son indignation face au titre *Fuck the Police* trois ans plus tôt. Une indignation factice surjouée dans un théâtre médiatique pour satisfaire son électorat conservateur tout en sachant que le gangsta rap, détourneur de colère et ultralibéral, entre en réalité totalement dans les intérêts de l'establishment.

Conséquence, face à la pas-encore-interdite-organisation-terroriste LDJ et au Parti républicain, lovine voit la situation lui échapper. Mais, en bon pragmatique, il réunit tout ce beau monde autour d'une table, et organise un Yalta du rap. À l'issue de ces tractations, il est conclu que Dr. Dre peut partir librement chez Death Row, Ruthless continuant à toucher



des royalties sur ses productions tandis que le distributeur Priority Records garde une partie du deal de distribution. Lorsque Bambaataa prêchait la bonne parole marcusienne du mouvement rap, pensait-il que trente ans plus tard, une organisation extrémiste raciste, un dealer de drogue, un donateur républicain, un chef de gang et deux majors seraient en train de négocier une partie de son expansion ?

C'est dans ces conditions que Dr. Dre sort le mythique album *The Chronic* chez Death Row-Interscope Records, en 1992. Un succès monstre : plus de quatre millions de ventes. Un album qui, tout en maintenant les codes outranciers théorisés par Heller (putes, bagnoles, flingues), véhiculera néanmoins un discours différent sur la drogue, passant de l'éloge du deal de crack tenu lors des deux albums de NWA à celui de la consommation passive de cannabis (sujet de la pochette du disque). Une drogue abrutissante en adéquation avec les intérêts des partis au pouvoir, compte tenu de la situation encore explosive à Los Angeles suite

aux émeutes généralisées de la côte Ouest après l'acquiescement des policiers « coupables » d'avoir tabassé un automobiliste noir (la fameuse affaire Rodney King). L'album *The Chronic* sort six mois après ces émeutes. Le gangsta rap, dans toute son imposture, exhorte le badaud à se révolter, sans avoir au préalable oublié de verser un bon gros somnifère dans son verre.

Entre-temps, Tommy Silverman, le pape de la Zulu Nation et des Native Tongues, produit le groupe Naughty by Nature (« Vicieux de Nature »), qui devient lui aussi disque de platine avec son titre *O.P.P.*, une ode à tous ceux et celles qui sont « prêts à baiser la chatte ou le pénis d'un autre » en référence à l'expression célèbre chez les dealers prêts à baiser la maille des autres. Une preuve de plus, pour ceux qui en étaient encore dupes, du grand écart idéologique que semblent allègrement pratiquer les Silverman et Cie.

Pendant ce temps, Death Row confirme son statut de label numéro 1 de rap avec la sortie de



l'album de Snoop Doggy Dog, qui devient le premier album de rap numéro 1 du Billboard 200, multi-platine, battant tous les records de vente détenus par Elvis Presley. L'album *Doggystyle* prend matière dans la personnalité d'un Snoop reprenant les codes vestimentaires et l'attitude pimp du personnage du film *Superfly* : le noir cool, branleur, fumeur, dealer dans l'âme et queutard. Avec Dr. Dre aux manettes, sorte de Curtis Mayfield des temps modernes, *Doggystyle* se revendique véritablement de la Blaxploitation. Sauf que le rap, contrairement à sa grande sœur, réussit pleinement sa conversion idéologique tant les Afro-Américains vont s'identifier à Snoop et à son message. Le succès planétaire de l'album prouve aussi que l'esthétisme rap est en train de gagner son pari... Ravir les kids des familles bourgeoises et des classes moyennes avec force imagerie du Nègre ordurier mais inoffensif. Le rap, à la pointe de la globalisation des esprits.

Nous sommes en 93. À New York, Public Enemy a quasiment disparu de la circulation,

jeté dans les poubelles de l'industrie du divertissement après avoir indirectement et sans doute involontairement « mainstreamisé » la contestation, ce qui a contribué à creuser leur propre tombe. Cette absence de conscience dans la communauté noire a redonné plus de pouvoir à la Nation of Islam de Farrakhan et Khalid Abdul Muhammad, qui voient resurgir une quête de spiritualité de la part de ceux qui ne se reconnaissent pas dans l'ère nihiliste annoncée. Néanmoins, il existe une demande d'un gangsta rap typiquement new-yorkais. Des Afro-Américains éduqués au rap et à ses chroniques de violence urbaine, mais que le chauvinisme local empêche toutefois d'apprécier pleinement le courant venu de la côte Ouest. Or, comme on l'a vu par le passé, seuls les hommes maîtrisant les codes du libéralisme libertaire sont à mêmes de comprendre le rap et de le faire évoluer.

Après avoir longtemps étudié le fonctionnement du Def Jam de Lyor Cohen, le jeune trentenaire Steve Rifkind va à son tour apporter sa pierre à



l'édifice. De telle sorte qu'après lui, le modèle économique du rap, jusque-là en perpétuelle évolution, va définitivement être établi. Il crée d'abord à New York le label Loud Records puis en l'espace d'un an, il va révolutionner le rap. Selon quatre préceptes :

1 – Il va réadapter le gangsta rap à l'environnement new-yorkais. Autrement dit, l'essor d'un rap dénué de la dimension clinquante ou show-off de la côte Ouest. Exit donc le matérialisme trop affiché des grosses voitures customisées de Death Row pour ne garder que le côté rue : apologie de faits divers sordides, avec un matérialisme plus hypocrite (car culte de l'oseille malgré tout), ou la création d'un nouveau genre dit « rap de rue » par opposition au gangsta rap. Un rap qui, selon les préceptes de Lyor Cohen, doit absolument reposer sur le concept de légitimité. Aussi, Rifkind signe le groupe de rap Mobb Deep, présenté comme un « groupe de rue », et s'inspire des méthodes d'Heller, qui consistent à promouvoir une imagerie

de gangsters authentiques alors que les deux membres du groupe (Havoc et Prodigy) se sont rencontrés dans une école d'art ! Rifkind signe dans le même temps le Wu-Tang Clan, un collectif à l'imagerie « street » et teinté de spiritualité orientale (d'où son nom). Ses membres sont pour la plupart sympathisants de la 5% Nation, un courant religieux dissident de la Nation of Islam, qui contrairement à cette dernière est totalement compatible avec l'idéologie rap ultralibérale, et dont la popularité fera de l'ombre aux Farrakhan et autres, bien embarrassés par cette religion permettant à des rappeurs de se surnommer Rakim Allah, Super Allah et autres joyeusetés.

2 – Dépenser l'essentiel de son budget marketing non pas dans les circuits traditionnels comme la radio ou la télévision mais directement dans la rue. Conceptualisant le « street marketing », il sera le premier à utiliser ces techniques d'affichage massif d'autocollants dans les rues, les métros, les salles de concert, bref tous les endroits dits



stratégiques, en pensant la ville comme un immense terrain de promotion. D'où, aussi, la distribution de tracts sauvages ou la customisation de voitures au nom de l'album et le diffusant par le biais de haut-parleurs. La pub aux portes de chacun. Littéralement. Et ce qui peut apparaître comme un « marketing de pauvre » pour les marques comme Nike s'avère être une force dans le rap dont le « paupérisme » est la marque de fabrique. Rifkind conceptualise le rap indépendant dit underground, qui n'est tout simplement qu'un ajustement du capitalisme du désir à sa cible économique. Et qui se trouve extrêmement rentable puisque pouvant utiliser de la main d'œuvre à moindre frais (« Tiens gamin, je te file un billet et tu vas me coller cette pile d'autocollants dans tout ton quartier »), loin des budgets faramineux des majors. La condition sine qua non (comme constante) étant d'avoir un génie musical pour porter le groupe. C'est le cas de RZA pour le Wu-Tang et de Havoc pour Mobb Deep. Évidemment, Wu-Tang et Mobb Deep seront certes des

immenses succès critiques, mais aux moindres recettes, en comparaison aux chiffres de Death Row, même si largement rentables pour Rifkind au vu de son modèle économique.

3 – Le Wu-Tang étant composé de neuf rappeurs, Rifkind négociera avec RZA, le leader du groupe, la possibilité pour chacun de ses membres de signer respectivement dans des labels différents. Ce sera Def Jam (désormais racheté à 50% par Polygram) pour Method Man, Elektra Records (de la Warner) pour ODB, etc. Ce procédé inédit dans l'industrie du disque et en apparence défavorable à Rifkind lui permettra en réalité de proposer son expertise du street-marketing à travers sa société Street Team Concept à l'ensemble des maisons de disques rap (condition du deal entre RZA et lui). Se servant de chacun des membres du groupe comme d'autant de chevaux de Troie. Et puis progressivement, les majors (propriétaires de ces maisons de disques rap) proposeront ses techniques révolutionnaires aux grandes marques partenaires comme Nike,



qui se serviront du marketing de rue pour atteindre les kids américains. Le rap ayant tenu à la perfection son rôle d'explorateur-émissaire pour des grandes entreprises qui n'ont pas l'expérience du terrain. Le rap ou l'éclaireur de l'armée de l'industrie du textile, des boissons gazeuses et autres friandises.

4 – S'appuyant sur l'épisode « Adidas-Run DMC », Rifkind a compris que le rap pouvait constituer un formidable vecteur publicitaire pour l'industrie du textile. Aussi, il va dès lors révolutionner le merchandising avec une idée toute simple : créer la propre marque du groupe de rap. C'est de cette idée que naîtra Wu Wear. Le disque, les concerts ne sont au final qu'une gigantesque campagne de marketing pour vendre des fringues à un public accro, disponible et pensant adopter un mode de vie original. Avec, bien entendu, l'entreprise Street Team à la promotion. Un procédé qui va permettre au rap indépendant de diversifier ses revenus, d'autant plus qu'à l'ère nouvelle de la délocalisation, il est quasiment

possible de décupler son investissement, le textile devenant autrement plus rentable que le rap (voire même le trafic de drogue !). À tel point que la marque Wu Wear, malgré le succès commercial phénoménal du Wu-Tang, sera sa principale source de revenus (Rifkind innovera de nouveau avec l'album *Wu-Tang Forever* en incluant dans le disque un catalogue de fringues, se servant habilement du circuit de distribution de l'industrie du disque). En ce sens, Steve Rifkind est bien le père du rap indépendant et a fortiori du rap français, qui, comme on le verra plus tard, a totalement adopté ses préceptes.

Toujours est-il que le succès faramineux de Death Row et Jimmy Iovine, et notamment de l'album *Doggystyle*, au nez et à la barbe des gros producteurs mainstream, les a finalement convaincus des énormes potentialités du marché rap. C'est ainsi que le plus illustre d'entre eux décide lui aussi de se lancer dans cette musique, qu'il abhorre pourtant : le tout-puissant producteur Clive Davis



d'Arista Records, fraîchement auréolé de l'un des plus grands succès de tous les temps avec l'album de Whitney Houston tiré de la bande originale du film *Bodyguard*. Clive Davis a néanmoins une idée claire du rap qu'il aimerait produire. Loin de la vulgarité misérabiliste (et lucrative) affichée. Au contraire, il est fasciné par le matérialisme revendiqué par le rap de la côte Ouest. Mais, toujours dans une logique de vitrine nécessitant un label black, il jette son dévolu sur le jeune promoteur producteur aux dents longues Sean Combs dit Puff Daddy, parangon de cette nouvelle génération d'Afro-Américains élevée par Def Jam et Priority Records. Une génération totalement décomplexée qui a la certitude de pouvoir allier idéologie du fric et authenticité rap (à la définition floue), supposément émancipatrice. Ils fondent ensemble le label Bad Boys Records en fin d'année 1993. Puis Puff Daddy signe le rappeur Christopher Wallace alias Notorious B.I.G, qu'il avait repéré dans son précédent label. Étant l'homme aux manettes derrière le succès de Mary J. Blige, une chanteuse de

R'N'B posant sur des sonorités rap, il décide de faire l'inverse pour les singles du rappeur Notorious tout en développant une imagerie glamour assumée, inhabituelle dans le rap new-yorkais, plus urbain : le rap bling-bling, appellation dédaigneusement trouvée par les gardiens du temple d'un rap pur et fantasmé depuis ses débuts. Aidé par la force de frappe de Clive Davis, facilitant l'entrée des singles de Bad Boy Records dans les radios rap mais aussi chez les généralistes (« Si tu ne joues pas ce disque, non seulement, je ne te prends plus d'espaces pub avec Arista Records, mais tu peux toujours courir pour que Whitney vienne faire de la promo dans ta radio »), l'album *Ready to Die* de Notorious B.I.G devient quadruple disque de platine en 1994.

Un succès qui a le don d'irriter un Suge Knight que sa toute-puissance a rendu mégalomane. Suge Knight, qui gère Death Row Records comme un véritable empire mafieux, avec intimidations à la pelle et menaces – mises à exécution – en tous



genres face à tous ceux qui osent se mettre en travers de sa route (radios récalcitrantes, artistes se sentant lésés par leur contrat, etc.). Lors de la remise des trophées du hip-hop en 95, il invective publiquement son rival, Puff Daddy, lançant les hostilités d'une guerre Est-Ouest reposant sur les mêmes principes qu'une guerre de gangs. Car l'esprit gang est caractéristique de la mentalité des ghettos américains, la politique intérieure ultralibérale des États-Unis ayant conduit à la paupérisation des familles des couches les plus pauvres. Ce qui a logiquement engendré une ultraviolence sociétale (la recherche de l'oseille) et la mort de nombreux mâles. D'où le nombre croissant de familles monoparentales et d'enfants élevés par des femmes seules. Enfants qui, en grandissant, recréeront une cellule familiale de substitution à travers les gangs. Soit l'expression d'un communautarisme subdivisé se traduisant par mon quartier, ma famille, mon gang. Sachant que dans cette logique, on peut facilement imaginer deux gangs d'un même quartier en arriver à s'entretuer, on peut effroyablement

imaginer l'antagonisme qui peut exister entre deux villes, qui plus est quand il est exacerbé par un rap pompier pyromane.

Pire, Suge Knight signe durant le mois d'octobre 95 la star Tupac Shakur, tout juste sorti de prison après avoir été incarcéré pendant onze mois pour agression sexuelle. Or, Tupac à Death Row, c'est préparer les conditions d'une explosion, tant le rappeur, connu pour son arrogance et ses saillies verbales, va logiquement se jeter à corps perdu dans la guerre face à Notorious B.I.G et Puff Daddy. Il ira de provocation en provocation, allant jusqu'à se mettre à dos toute la ville de New York, lasse d'être autant ridiculisée et insultée. Un Tupac soutenu par Suge Knight qui force ainsi tous les rappeurs de l'industrie à prendre parti pour ou contre lui, quitte à libérer une haine dépassant largement le cadre de la musique.

La situation devenue explosive, il est temps pour lovine d'évacuer Dr. Dre de cette



poudrière. Le temps tout de même de placer deux titres sur le futur album de Tupac, Dre décide de quitter Death Row durant l'année 96. Puis monte avec Iovine le label Aftermath. Aussi, Iovine, en grand marionnettiste, est à la fois derrière Dre et Suge Knight, tout en s'entendant très bien avec Clive Davis. Reste ensuite à compter les points du combat Tupac-Notorious B.I.G dont ils seront quoi qu'il arrive les principaux bénéficiaires. Médiatisé par toutes ces polémiques, l'album de Tupac *All Eyez on Me*, sorti début 96, bat tous les records de vente en étant déjà cinq fois disque de platine à peine deux mois après sa sortie (il finira à neuf millions d'exemplaires vendus).

Mais ce qu'on avait pu redouter arriva. Fils des Shakur qui créèrent la Black Liberation Army suite à la scission avec Huey Newton en 71, Tupac est pourtant la réincarnation de ce dernier. Beau, charismatique, farouche partisan de l'émancipation noire, Black Panther des temps modernes, mais, comme Newton avant lui, devant lutter contre ses

démons intérieurs, alimentés par les sirènes du showbiz (drogues, femmes). Or, Tupac est l'homme de tous les excès, et c'est parce que tiraillé par ses contradictions qu'il répond par un comportement de plus en plus violent, qui va finir par l'isoler. Lui contre le reste du monde. Une fuite en avant qui conduira à son assassinat à Las Vegas en septembre 96. Un meurtre, qui, bien que non élucidé et sujet à toutes les rumeurs quant à ses commanditaires (Puff Daddy ? Notorious ? Le FBI ?), pourrait être vu comme le suicide d'un Tupac conscient de son aliénation à un système qu'il honnissait. Un Tupac encore légende aujourd'hui, qui a influencé toute une génération d'Afro-Américains. Certains allant jusqu'à affirmer qu'il n'est pas vraiment mort.. le consacrant définitivement comme le *Black Messiah* prophétisé par Hoover.

Car même si on se souviendra de lui comme d'un Black Panther du rap, il n'en était pas moins de son vivant l'arme ultime de Jimmy Iovine, tout en étant cadré par l'industrie



du divertissement : le message de l'épisode Tupac étant au final soit l'acceptation soit la mort violente. Un lovin qui se chargera d'entretenir la légende Tupac à travers ses albums posthumes, sortis chez Interscope. En attendant, la mort de Tupac sonne comme une fin de règne pour Death Row. Snoop Doggy Dog quitte le navire et part dans le label du rappeur businessman multimillionnaire Master P, pur produit de... Bryan Turner et Priority Records (qui a enfin trouvé en Master P le nec plus ultra du rappeur matérialiste).

Un an après, en 1997, Notorious B.I.G est assassiné à son tour (Suge Knight ?), ce qui rendra son album posthume (*Life After Death*) dix fois disque de platine, ainsi que l'album solo hommage de Puff Daddy (*No Way Out*) sept fois disque de platine. Clive Davis peut se frotter les mains. Cela dit, si le rap est désormais la musique la plus vendue aux États-Unis, il le doit aussi essentiellement au virage éditorial des radios généralistes qui, jusque-là, étaient réticentes à diffuser du rap.

Depuis le début des années 80, le rap est diffusé historiquement sur le plan national par deux radios : Power 106, basée à Los Angeles et spécialisée dans le rap West Coast, et Hot 97, basée, elle, à New York, qui diffuse essentiellement du rap local. Ces deux radios appartenant chacune... au même propriétaire, le groupe Emmis Broadcasting (« Emmis » pour « vérité » en hébreux) du magnat Jeffrey Smulyan, ami intime de Bill Clinton et l'un des principaux donateurs de sa campagne. Ce dernier n'oubliera d'ailleurs pas de le remercier après son accession à la présidence en promulguant en février 1996 la loi dite *Telecommunications Act*, qui va libéraliser le marché de la radio. Il est dès lors désormais possible pour un même propriétaire d'acheter autant de radios qu'il le souhaite, ce qui était limité jusque-là pour justement éviter le phénomène de trust par les grands groupes.

Smulyan va profiter de cette loi pour enfin entrer dans la cour des grands, celle de la multinationale Clear Channel



Communications Inc. de Mitt Romney. Ainsi Emmis Broadcasting va se lancer dans l'achat d'une multitude de radios locales, puis imposer à chacune une programmation musicale calquée sur Power 106 et Hot 97. Elle négociera ensuite directement avec les grosses maisons de disques comme Arista ou Interscope, qui verront leurs artistes passer en priorité en échange du paiement d'un espace pub. Tuant par la même les petits rappeurs indépendants croyant encore au fameux *laïus rap-musique* de rebelle émancipatrice... *Strictly business !*

D'achat de radio en achat de radio, Emmis s'agrandit et l'audience rap aussi. Poussant les grands groupes comme Clear Channel (conservateurs mais pas dénué de bon sens) à programmer eux aussi du rap dans leurs radios généralistes pour ne pas perdre leur part de marché chez les 15/25 ans, qui ont désormais, grâce à Smulyan, la possibilité d'écouter du hip-hop à volonté. Et c'est ainsi que, profitant de cette concurrence typique du capitalisme,

le rap deviendra en 96 la musique numéro 1 de l'industrie du divertissement.

Le rap est donc devenu ce qui était prévu pour lui. Aussi, pour qui saura s'en servir, il peut s'avérer un outil fabuleux pour parvenir à s'émanciper dans l'*American way of life* voire même à accéder aux plus hautes sphères de la matrice ultralibérale (avec toujours l'excuse du libertaire en filigrane).

C'est ce que fera Jay-Z. Jay-Z, c'est l'intelligence des Cohen, Heller, Rifkind, Puff Daddy et Simmons, conjuguée au talent « lyrical » des meilleurs rappeurs. Ancien dealer, il va, en homme d'affaires avisé, simplement appliquer au cours de sa carrière les préceptes des illustres théoriciens qui l'ont précédé. Forcément, dès la sortie de son premier album en 1996, *Reasonable Doubt*, il voguera de succès en succès, bénéficiant il est vrai de la place libérée par les meurtres de Tupac et Notorious B.I.G ; sans quoi, il n'aurait pu mener l'immense carrière qui va suivre.



Jay-Z a le vécu lui servant de base d'authenticité et de légitimité pour à la fois faire du rap de rue, des morceaux bling-bling et d'autres dits « party » voués uniquement à l'hédonisme libéral. Tout en faisant en parallèle des morceaux « conscients » avec une dextérité « lyrique » et un éclectisme musical certain en raison de sa faculté à choisir les meilleurs producteurs de son époque (de Timbaland à DJ Premier). Le tout en revendiquant une indépendance artistique et financière avec son label Roc-A-Fella Records, bien que soutenu en sous-main par l'incontournable Def Jam (désormais intégré à la major Universal). De 1996 à 2005, à coups d'innombrables disques de platine, Jay-Z se partagera le gâteau du rap game avec Puff Daddy, Eminem et 50 Cent (tous deux produits par Dr. Dre... et lovine, une fois de plus). Sauf que Jay-Z a ceci de plus que les autres qu'il a bien compris que le rap était un marchepied pour accéder aux « vraies affaires ». Logiquement, donc, il accèdera à la présidence de Def Jam en 2005, tandis que Lyor Cohen, parti sous d'autres cieux depuis

belle lurette, deviendra patron du Warner Music Group de son ami Edgar Bronfman.

Jay-Z ne s'arrêtera évidemment pas là. Outre le succès de tous les business périphériques qu'il va développer (marques de fringues, propriétaire d'une équipe de basket – les Nets de Brooklyn –, etc.), qui lui assurent une fortune colossale, la multinationale Clear Channel, qui a en 2008 créé son propre label musical intitulé Live Nation (plus pratique quand on a en même temps le monopole des radios et des salles de spectacle), débauchera Jay-Z de Def Jam en concluant un deal de plus de 150 millions dollars. Soit l'un des plus gros deals de l'histoire toutes musiques et artistes confondus. Comme quoi, Mitt Romney et ses associés républicains propriétaires de Live Nation savent reconnaître l'un des leurs quand ils l'ont en face d'eux. Ce qui n'empêchera pas Jay-Z de soutenir la campagne d'un Obama (comme tous les rappeurs mainstream d'ailleurs) qui annoncera dès son élection qu'il est son chanteur préféré. Un Jay-Z considéré aujourd'hui par le *Times*



comme l'un des hommes les plus influents du monde, au même titre que Bill Gates ou feu Steve Jobs. Et qui finira sans doute président des États-Unis, ce qui serait somme toute logique, pour quelqu'un qui incarne la quintessence de la représentation narcissique de l'industrie du plaisir dans son aspect le plus spectaculaire : à l'heure où le hip-hop warholien se trouve partout et s'est immiscé dans les rapports humains du quotidien.

Quid des théoriciens ?

– Rick Rubin continue son parcours de producteur musical iconoclaste, en étant derrière la réussite musicale d'un nombre impressionnant d'artistes (de Linkin Park au récent succès d'Adèle en passant par Johnny Cash, pour la faire courte).

– Jerry Heller, lui, facture 82 printemps et profite de sa retraite dorée.

– Steve Rifkind gère ses différents labels et son immense fortune tout en s'adonnant, à travers son fonds d'investissement, au *Charity-business*, exonérable d'impôts.

– Jimmy Iovine, producteur d'Eminem et de 50 Cent, est également le producteur... et maître à penser de Lady Gaga. Reprenant avec elle la « pop-ularisation » du satanisme commercial, comme il l'avait fait auparavant avec le métalleux Marilyn Manson dont il fut aussi le producteur durant l'époque Tupac. De plus, toujours associé avec Dr. Dre, il est leader sur le marché du casque d'écoute, à travers la société Beats By Dre. À tel point que cette société est à créditer de la vente de 40% des casques audio aux États-Unis sur un marché de plus de 2 milliards de dollars ! Iovine, le maître des oreilles. Un symbole.

– Russel Simmons, quant à lui, utilise l'argent gagné suite à la revente de Def Jam à Universal pour ses activités philanthropiques. Notamment la plus importante de toutes : « La fondation pour la compréhension ethnique », organisation à but non lucratif (mouais...) qu'il a fondée avec le rabbin Marc Schneier, vice-président du Congrès juif mondial, et créée officiellement pour atténuer les tensions ethniques entre Noirs et



Juifs des quartiers populaires américains. Une puissante organisation antiraciste qui peut se targuer d'être reçue indistinctement par Bush, Obama et tous les autres chefs d'État de la planète, mais aux donateurs particulièrement discrets.

Ce qui nous permet d'aborder les liens historiques entretenus par les communautés noire et juive dans le rap notamment. Les élites juives et noires maniant toujours la ficelle du racisme pour parler au nom de leur classe populaire respective, qui ne leur ont absolument rien demandé. L'une, juive, se servant historiquement des Noirs comme caution antiraciste depuis la NAACP, pour masquer son désintérêt du sort du petit Juif du quotidien, stressé par une psychose entretenue par ces mêmes élites (voir le film *Defamation*). L'autre, noire, pensant se servir de l'élite juive pour sortir de sa condition de « nègre » en s'affranchissant économiquement et idéologiquement (« Je ne suis plus noir, je suis vert comme le dollar »). Le rap figurant

l'arme contemporaine des élites pour douiller les classes populaires.

On comprend mieux pourquoi, en Israël, le rap est diffusé depuis 1996 par Galgalatz, qui n'est ni plus ni moins que la radio de l'armée israélienne ! Le rap, utilisé une fois de plus par les tenants du manche sous couvert de « conscientisme fun », pour instrumentaliser la jeunesse en fonction de ses propres intérêts. L'exemple le plus vulgaire étant l'album du rappeur star ex maton Rick Ross, album intitulé *The Black bar-Mitzvah* où sur la pochette, le rappeur pose en fourrure et lunettes de luxe, à l'intérieur d'une Étoile de David en or ! Album sorti en 2012 chez un Def Jam dont le président est Barry Weiss, le même qui vingt ans plus tôt produisait le groupe néo Zulu Nation A Tribe Called Quest. La boucle est bouclée.

P.S.: certains puristes s'étonneront sans doute de l'absence d'évocation du rappeur Nas. Considéré par beaucoup comme le



meilleur sur le plan artistique tant il allie talent d'écriture, habilité verbale, conscience politique et afro-centrisme pragmatique, notre cher Nas a pourtant produit des titres avec tous les rappeurs précités ! Du Wu-Tang à Mobb Deep, en passant par Tupac, Puff Daddy et Jay-Z, validant par son assentiment toutes les impostures du rap game. Nas ou la caution morale de la tartufferie.



### ACTE III

Le rap français n'a rien inventé.  
Il n'est qu'un avatar des applications des  
théoriciens du rap US.

*1988. C'est le deuxième septennat de  
Mitterrand. La fin des illusions, notamment  
chez les classes populaires. La stratégie  
d'ethniciser les conflits sociaux à des fins  
électorales a parfaitement fonctionné. D'une  
part, en « victimisant » et en récupérant le  
vote immigré par le biais d'associations  
de type SOS Racisme, et d'autre part, en  
favorisant l'émergence d'un Front National  
fort pour couper l'herbe sous le pied du  
RPR.*



Résultat, la fracture est bien présente dans les quartiers populaires entre, pour schématiser, les Noirs et les Arabes d'un côté, et les Blancs de l'autre. Blancs qui, dans certains quartiers et dans un désir d'acceptation (ou de survie ?), devront adopter les codes de vie d'une population démographiquement beaucoup plus importante. Puis, les immigrés éduqués au culte de la repentance par Harlem Désir et sa fine équipe tomberont dans la revendication identitaire, poussant ceux qui furent derrière SOS Racisme à voter la loi contre le voile de 1989 face au « péril barbu ».

Pire, malgré la perfusion RMI rocardienne, la paupérisation des quartiers, conséquence de la politique socialo-démocrate, transforme la banlieue en un cocktail explosif. Et on parle de plus en plus du « problème des banlieues ».

Le rap va arriver à point nommé pour détourner les colères ; il sera l'exutoire du Leviathan banlieusard. Il sera dans un premier temps popularisé par l'émission « Deenastyle »,

diffusée tous les vendredis soirs sur Radio Nova, la radio branchouille de Jean-François Bizot, ancien patron du *Actuel* de Bernard Zekri et proche de Bernard Kouchner. Et c'est de cette émission que sortiront NTM, Assassin et Ministère A.M.E.R. C'est dans ce contexte que sort la première compile de rap en 1990, *Rapattitude*. Deux ans après que Lyor Cohen a prouvé au monde la fiabilité de son modèle économique et justifié le double intérêt, pécuniaire et politique, de créer une musique aux contours subversifs.

Compile sortie par le label Delabel (création de Virgin) et piloté par le producteur Emmanuel de Buretel, le boss du rap français jusqu'aujourd'hui. Un de Buretel proche de Laurence Touitou, qui est évidemment présente sur ce projet, à l'image du drame de cette noblesse française voyant ses rejetons créer une nouvelle aristocratie issue de la bourgeoisie de l'industrie du divertissement. Dont les conséquences seront la surreprésentation des fils et filles de. La compile sera quant à elle un



franc succès et lancera définitivement le rap en France et a fortiori dans les banlieues.

NTM, bien que présent sur cette compile, n'avait pourtant absolument pas besoin de la réussite de ce disque pour lancer sa carrière. Car ce groupe, supposé hardcore et dans la lignée des groupes new-yorkais, est porté par son leader, Joystarr, totalement coopté par le Paris libéralo-libertaire.

Aussi, fin 89, le jeune et exotique éphèbe sera d'abord pris en affection par la costumière styliste Gigi Lepage, qui lui présentera le photographe branché Jean-Baptiste Mondino, lui-même introduisant Joystarr dans la galaxie Jean-Paul Gaultier. Ainsi, c'est l'attaché de presse de Gaultier, Franck Chevalier, qui sera le manager du groupe et qui, suite à leur signature chez la major Sony-Épic, leur permettra de faire leur première apparition télé chez Canal+ en 91 par l'entremise de son épouse, la chanteuse punk Nina Hagen. Pour finir, Stéphane Sednaoui, mannequin de

Gaultier, réalisera leur premier grand clip *Le Monde de Demain*, clip dans lequel ils seront habillés... par Jean-Paul Gaultier.

En fait, le groupe avait d'entrée signé sa tartufferie si ce n'est que, nous, cons de banlieusards, étions trop fiers d'avoir un groupe nous représentant à la télé selon les préceptes de représentation si chers à Simmons et Cohen. L'apparente révolte du groupe, relayée par son imagerie de rebelle, a suffi à le propulser directement porte-parole d'une génération éduquée aux codes afro-américains, notamment à travers des films comme *Colors* en 1988 ou le mythique *Les Guerriers de la nuit* de Walter Hill. NTM, quelque part, c'est le chef d'œuvre artistique de Jean-Paul Gaultier.

Ensuite, un an plus tard, Laurence Touitou prendra les rênes de Delabel et s'occupera du groupe marseillais IAM (IAM, pour « Je suis » en anglais, logique pour une jeunesse française totalement sous domination anglophone, et plus particulièrement IAM,



qui, hypocritement, cherchera à camoufler son allégeance à la culture US en essayant de lui donner une autre signification). Le premier succès du groupe interviendra en 1991 avec le titre *Tam-tam de l'Afrique* : une revendication victimaire, histoire de propager sur les ondes le fcatéchisme antiraciste et démagogique de sa grande sœur idéologique, SOS Racisme.

1992/93. Années qui verront l'arrivée massive du cannabis dans les quartiers du fait des relations troubles entretenues par le roi du Maroc (principal exportateur de cannabis) et nos élites. Et à la manière de l'album *Chronic* de Dr. Dre, sorti à la même époque, le rap va s'avérer être la plus belle publicité pour la consommation de shit. Marseille, plaque tournante, et IAM, en seront évidemment les précurseurs avec le morceau *Shit Squad*, sur l'album *Ombre est Lumière* de 1993 (suivi par *Pass le Oin* de NTM deux ans plus tard). Le shit, qui, comme à L.A en 92, va contribuer à apaiser les tensions sociales en abrutissant le banlieusard, comme si ce n'était pas suffisant avec les textes de rap.

1993/95. Le phénomène Wu-Tang débarque en France et va influencer le rap français, qui adoptera les concepts du rap de rue développés par Steve Rifkind (et pousser Joeystarr à se coller ses fameuses dents en or pour singer le rappeur Method Man du Wu-Tang).

1995/96. De Buretel donne les moyens au collectif Secteur Ä de se développer. Un Secteur Ä à tendance West Coast, influencé par l'empire Death Row, auquel il empruntera la réputation sulfureuse, avec son leader Kenzy dans le rôle de Suge Knight. Un Secteur Ä dont le groupe phare fut Ministère A.M.E.R., le NWA français, qui lui aussi allait avoir son *Fuck the Police* avec le morceau *Sacrifice de Poulet* tiré de la bande originale du film *La Haine* en 1995. Un exutoire factice, car si la police apprécie effectivement peu ce morceau, les membres du groupe ne cachent pas leur vision nihiliste et ultralibérale. Ou comment dénoncer une situation tout en prônant l'idéologie responsable de cette situation.



Dans le même temps sortent des albums mythiques tels que ceux de Mobb Deep *Hell on Earth*, quintessence du rap de rue new-yorkais, de Raekwon, l'un des membres les plus crapuleux du Wu-Tang, *Only Built 4 Cuban Linx*, et de Smif-N-Wessun, *Dah Shinin'*, groupe new-yorkais managé par un Drew Friedman fasciné par les techniques de Rifkind. Ces trois albums instaureront le modèle musical définitif du rap français. Notamment par l'aspect minimaliste des productions musicales : piano, basse, samples de violon, plus facile d'accès aux autoproclamés compositeurs de rap français, alors que le « son Côte Ouest » nécessite un minimum de compétences musicales.

De plus, s'inspirant du concept Rifkind théorisant un rap dit indépendant par opposition au rap de majors, c'est l'essor de l'autoproduction des petits labels rap. Puis, c'est l'explosion du collectif Time Bomb au sein duquel les rappeurs bilingues Booba du groupe Lunatic et Ill des X-Men se distinguent par leur

capacité à traduire à la perfection les textes des stars US, ce qui leur permet de retranscrire en français la musicalité de la langue anglophone. Aussi, Time Bomb créera une révolution dans le rap français, dans la manière de rapper, et ringardisera tous ceux qui ne se mettront pas à la page (le meilleur exemple étant l'album d'IAM *L'École du micro d'argent* où l'on sent dans le flow d'Akhenaton un avant et un après Time Bomb en fonction de la date d'enregistrement des morceaux). Le paysage radiophonique français a lui aussi récemment connu sa révolution, au même titre que les radios américaines à travers la *Telecommunications Act* de Bill Clinton.

En 1994, sera votée la loi Toubon obligeant les radios à passer un quota de 40 % de chansons françaises. Flairant le bon coup, Skyrock va petit à petit changer sa programmation musicale, passant de plus en plus de rap français. Pour finir par devenir officiellement la radio numéro 1 du rap. En usant de son monopole selon les mêmes méthodes qu'Emmis Communications. À la différence près que la radio est totalement



cooptée par le Parti socialiste, allant même jusqu'à embaucher l'ancien responsable de SOS Racisme Malek Boutih comme directeur des relations institutionnelles.

1997/98. Sortie du deuxième album du Wu-Tang, *Wu-Chronicles*, celui qui va les consacrer comme le plus grand groupe de rap depuis Public Enemy. Le fameux album dans lequel Rifkind a inséré un catalogue de fringues. Il lancera la mode du textile dans le rap français, de la marque de Mohamed Dia au Com8 de Joeystarr en passant par Royal Wear.

En outre, les succès des albums du Wu-Tang et de Capone-N-Noreaga de Def Jam créeront une confusion chez l'auditeur français, qui fera un amalgame entre l'utilisation abusive et vulgaire des mots à références coraniques, propre aux rappeurs de la Nation des 5% (pouvant dire « Allah » et « Bitch » dans la même phrase), et la religion musulmane des banlieues françaises. Aussi, progressivement, les rappeurs français vont lever le jusque-là tabou d'utiliser des

termes islamiques dans leurs textes. Le point d'orgue en sera l'album de Lunatic *Mauvais Œil*, en 2000. Un album de rap indépendant (quoique distribué par Warner, hein) où le côté spirituel du musulman Ali, allié au libéralisme tendance racaille du aussi musulman Booba, participera (au détriment d'Ali) à façonner le rap islamo-racaille. Un rap auto-stigmatisant en quelque sorte.

Cela étant dit, l'incroyable succès de cet album, qui réussira l'exploit d'être disque d'or, fait assez rare pour un label indépendant, lancera définitivement la mode du rap de rue tendance Rifkind. D'autant plus que le même Rifkind débarque en France pour investir dans des boîtes de marketing (comme la société 360°), puisqu'exportant désormais son expertise aux quatre coins du monde. Et tandis que Booba quitte inévitablement le groupe Lunatic pour répondre aux sirènes lucratives du rap consensuel de Skyrock et continuer son processus d'américanisation tendance Jay-Z, NTM et IAM se ringardisent.



Et puis, la stigmatisation des musulmans suite au 11 septembre 2001 va malgré tout créer un certain rejet du rap américain par une partie de la banlieue, confortant les rappeurs dans un oxymore quant à l'affirmation de l'existence d'un rap authentiquement français. Ce qui entretiendra jusqu'aujourd'hui la légende d'un rap considéré comme une arme faite par le peuple et pour le peuple, alors que l'on va voir que c'est en réalité tout le contraire.

### *La Crosse*

Une analyse objective de la situation nécessiterait de dépasser les considérations habituelles (souvent justes) que l'on entend ici ou là sur le rap : « centimétrisme » (gros flingues, grosses caisses, grosses bites), « branlette collective » (clips vidéo avec toute la cité en représentation), et une tendance à se confiner dans les quatre murs de la revendication ouin-ouin pour certains et le côté « je-me-prends-au-sérieux » pour d'autres malgré

un charisme équivalent à celui d'un panini saumon. Cependant, se reposer sur ces constats sommaires serait occulter l'une des principales fonctions de l'arme rap : ou comment, à partir d'un libertarisme de fortune – courant de pensée glissant du discours libertaire (« Il est interdit d'interdire ») à l'ultralibéral (« Il est interdit d'interdire... d'accéder à la consommation de masse et, accessoirement, de s'endetter ! ») –, on aboutit à la consécration et au triomphe de l'industrie du consentement, qu'Edward Bernays a théorisée en 1928.

L'imagerie rap repose sur la projection d'un soi factice façonné par ceux qu'on appellera les tenants du manche. Il en résulte un décalage entre les deux « Soi » (le vrai et le faux) créant une sorte de no man's land de la psyché, où l'arsenal publicitaire (matrice des maisons de disques) peut se charger de jumeler espace de conscience et espace de loisir, en transformant progressivement le champ de réflexion de l'auditeur de rap en un parc d'attractions. Son sens critique contaminé, il devient de fait une



proie facile pour l'idéologie marchande qui, à travers le rap, prône le culte de la réussite individuelle à outrance, unique solution aux enjeux socio-économiques : méthode subtile pour dissoudre toute tentative de cohésion des forces vives.

Le message du rap se voit donc dès le départ emprisonné dans une quête de consommation joyeuse (rap commercial) ou triste (rap indé), au point de finir par humaniser la marchandise (voire l'inverse). Résultat, nos parents, en général travailleurs ou petits producteurs sédentaires, bien ancrés dans des réalités factuelles (les factures, les crédits, la vie), se voient totalement coupés de l'essentiel de la jeunesse, constatant après une énième récupération au commissariat (« Mais tu comprends pas papa, ils nous ont provoqués avec leurs regards là ! ») que non seulement celle-ci n'apporte plus aucune valeur ajoutée mais que de surcroît, ses valeurs précitées sont celles d'une belle bande de branleurs ! Le but étant de devenir des bourgeois capitalistes

de type Puff Daddy ; une nouvelle classe de consommateurs : « le bourgeoisard ». Ringardisant fatalement des vertus telles que la sociabilité ou la solidarité populaire car non disponibles à la FNAC, alors qu'elles font partie des derniers remparts contre la société d'accumulation. Comme si l'insatisfaction institutionnalisée était inscrite dans le cahier des charges du rap code. Insatisfaction ouvrant la brèche à la frustration et au mal-être du banlieusard (victime non expiatoire du rap), se manifestant en général par une fureur sourde et non constructive car baignant dans une idéologie de la possession où l'objet est déifié (culte de la montre, de la chaîne en or qui brille, de la grosse caisse, du flingue) au détriment de l'être. Il est de ce fait d'autant plus assujetti à générer de la violence, l'objet devenant au final un concentré de désir inassouvi, et maintenu sous perfusion par les clips (avant sur MTV, aujourd'hui sur Youtube). De citoyen, il mue en « junkconsommateur ».



Le plus terrible dans son addiction, c'est que l'objet est devenu le garant de son individualité : « Je ne veux pas avoir le même style que les autres, donc je customise (portables & sonneries, jantes, t-shirts) car je veux être différent. » Or, plus on essaye d'être différent, d'avoir du swagg, plus on diversifie le terrain de chasse des prédateurs commerciaux. Pire, on les renforce, en leur ouvrant le champ à de nouvelles opportunités, rendant ipso facto obsolètes la coupe de cheveux, le téléphone ou la manière de s'habiller de la veille : « homogénéisation » dans la distinction. Parfait pour le Grand Capital.

Résultat, le rap est en grande partie responsable de la ressemblance des banlieues entre elles (sans omettre, bien évidemment, l'urbanisme et les desseins politiques) en uniformisant par le matérialisme du discours. On arrive *in fine* à une standardisation (on vit tous les mêmes choses, on a donc besoin des mêmes choses), point de départ d'une aliénation à l'hyperconsommation.

C'est en cela que le rap est une tartufferie, car tout en revendiquant son non-conformisme, il répond totalement aux intérêts de l'Empire, ce qui fait de lui l'un des principaux fers de lance de la culture de masse, que l'on pourra renommer, ici, contre-culture de masse. Masse ou plutôt agglomération de multiples acheteurs. Chacun se rattachant à son individualité magnifiée (« Que des numéros 10 dans ma team », dixit Booba), 1+1 ne donnant pas 2 mais 1 et 1. Maximisation des profits en fractionnant les acheteurs sur le plan physique, tout en leur faisant croire que cette fraction existe sur le plan idéologique. L'auditeur pense en toute bonne foi participer à la révolution alors qu'en définitive, il ne fait que la consommer.

C'est un fait, le discours pseudo-révolutionnaire du rappeur conduit inévitablement à l'acte d'achat (Universal, iTunes, etc.), de la même manière qu'un guérillero irait se fournir en armes chez le responsable de sa révolte. Plus le message du rappeur a de la portée (qu'il soit sincère ne lui donne qu'encre plus de valeur),



plus le système s'enrichit, l'incitant du coup à en faire toujours plus (les polémiques passées de NTM, du Secteur Ä, etc.), pour enfin le transformer en un allié objectif (ou pas, mais là n'est pas la question).

Alors forcément, en épousant fidèlement l'idéologie de l'hyperclasse « Seuls les forts survivent » (Mobb Deep), le rappeur (du mois) est le plus condamné de toute l'industrie musicale à devoir rester au top de l'actualité médiatique (sites internet, blogs, réseaux sociaux, etc.) pour ne pas devenir rapidement démodé : soit environ six mois, durée de vie d'un album rap de nos jours, ce qui, ramené à l'échelle du corps humain, pourrait être comparé à celle d'un spermatozoïde ! Triste destin que celui du rappeur, dont la longévité dans le rap game (celui qui marche) équivaut généralement à son degré de soumission aux oligarchies marchandes (ici, la pub). La seule issue courageuse serait de se loger une balle dans la tête comme Kurt Cobain.

### *La Gâchette*

On l'a vu : le rap et l'acte d'achat sont intimement liés. Il suffit simplement de s'attarder sur un clip de rap pour observer à quel point il excelle dans l'art du placement de produit. Car selon le créneau occupé par le rappeur, qu'il prône le culte de la réussite, le bling-bling d'un côté ou la street-attitude de l'autre, il associera toujours son image à la marque adéquate : classieuse ou urbaine. La finalité du rappeur sera de promouvoir systématiquement marques de baskets, boissons gazeuses ou alcoolisées, voitures de luxe ou T-Max... À la différence près que si aux États-Unis, les Jay-Z, Rick Ross et consorts sont considérés comme des partenaires à part entière de l'industrie marchande, ici en France, cette dernière ne leur laissera que des miettes, soit généralement le textile (Ünkut, Wati B) ou les sonneries de portable. L'enrichissement personnel de nos stars du rap intéressant bien moins l'oligarchie française que la contamination de la jeunesse par l'idéologie d'hyperconsommation. Avec un certain succès à vrai dire, les mecs des quartiers



pratiquant l'ultralibéralisme tels des convertis. On assiste par conséquent à un évincement de la mentalité historiquement contestataire du prolétariat français (bien entamée par l'idéologie soixante-huitarde et l'immigré corvéable des années 70) au profit d'une mentale de cité se réduisant à une chouinerie sur la répartition des parts du gâteau. On peut comparer par exemple les émeutes des Minguettes de 1981 à celles, similaires au premier abord (forte connotation immigrée, voitures brûlées), des banlieues généralisées de novembre 2005. Où l'une, au vu de ses revendications (emploi, désir d'intégration), était une forme de déclaration d'amour (certes un peu brutale) à la France tandis que l'autre, nihiliste, était plutôt une déclaration d'amour... à l'oseille (Kery James dans le morceau banlieusard : « J'veux pas brûler des voitures, mais en construire, puis en vendre »). Soit l'un des effets pernicieux du facteur rap qui aura non seulement permis de généraliser cette idéologie à toutes les cités de France, du fait de sa popularité, mais aussi, et surtout, de

ne jamais mettre en danger le système, validant implicitement son fonctionnement. Pire, d'en être son principal promoteur.

Le rap étant la musique de l'instinct, de la réaction, il est le plus idoine à véhiculer le message publicitaire dont l'impact émotionnel sera toujours plus efficace qu'une analyse raisonnée et argumentée. Pour ce faire, il procède à l'approvisionnement de l'auditeur par des signes qui lui seront familiers (de la grossièreté popularisée des halls d'immeubles aux cours de récré), tout en réduisant le langage à sa plus pauvre expression, à travers des phrases toutes simples, binaires, à la con, réduisant le manipulé à un simple récepteur d'infos (une diode en quelque sorte ; shit-bon, police-pas bon, nous, les minorités-bon, eux, les méchants pas beaux-pas bon). Et en lui donnant le sentiment que c'est le rappeur qui exprime le mieux ses frustrations, d'où une réelle impression de proximité. Voire d'idolâtrie pour certains. Mais en intimisant



sa relation avec cette idole qui pourtant est si loin (Miami le plus souvent, ou sur Paris, mais dans des lieux auxquels il n'aura jamais accès), il n'a pas vraiment conscience du côté factice de cette familiarisation, qui n'est que la face cachée de la distance bien réelle entre le consommateur et le producteur. Car, au producteur, justement, c'est avant tout son gagne-pain (cela dit, le rappeur entretiendra lui-même ce rapport avec son producteur).

Allié de l'idéologie marchande, manipulant l'émotivité, détournant les colères légitimes tout en s'immisçant au plus profond de l'intime : le rap peut au final être considéré comme un subtil viol vocal et auditif.

### *Le Chien*

Résultat : pour qui sait s'en servir, le rap est un outil formidablement redoutable pour décoder les tendances en temps réel. Personnaliser la pub en fonction de l'auditeur. Une mine d'or pour

les agences marketing (véritable patronyme des maisons de disques) qui peuvent ainsi exploiter une masse considérable d'informations fournies la plupart du temps bien involontairement. Notamment à travers des procédés tels que le « data mining » : une technique publicitaire permettant d'analyser puis de déterminer les liens existant entre plusieurs données, afin de pouvoir « ferrer » plus pertinemment le pigeon, pardon, le client, re-pardon, l'auditeur. Ainsi, à partir d'une info toute simple, du genre : « J'kiffe les baskets de ce rappeur », le « data mining » « marketise » l'association d'idées : qui dit tel type de baskets, dit tel type de sapes, le type de lunettes qui va avec, puis telle coupe de cheveux, et donc tel type de gel. Ce qui permet au marketeur d'établir des corrélations inédites et de constater, par exemple, qu'une baisse du prix d'une paire de baskets X engendrera l'augmentation des ventes d'un gel pour cheveux Y. La question est donc : comment leur fournissons-nous ces données ? C'est là qu'intervient l'arnaque du blog, celui de Skyrock plus précisément : le Skyblog. Un



ersatz de plateforme libertaire qui fait croire aux jeunes générations qu'un rapport de réciprocité est possible, notamment à travers un recentrage autour de l'individu, avec à la clé la promesse de la fin de la verticalisation de l'information, soit la fin de l'auditeur passif. Pire, avec l'explosion technologique et la popularisation des tablettes Black B, iPhone et cie, véritables supports média à portée de main 24h sur 24, le rap voit son réseau s'étendre de manière exponentielle et sa vitesse de transmission se démultiplier ; un téléphone arabe puissance 1000 pouvant rendre célèbre n'importe quelle Amandine du 38, une minute après qu'elle a posté sur Youtube. Le rap est désormais liquide, prêt à être injecté en intraveineuse, telle de l'héroïne à laquelle on peut associer les mêmes propriétés tant l'immédiateté de ses effets dévastateurs est similaire. D'autant plus que la flexibilité récente des smartphones permet de faire plusieurs choses à la fois, comme tchater avec ses potes tout en écoutant du son ; le bouche à oreille prend de nos jours une dimension industrielle. Oui car désormais,

l'auditeur rap n'est plus passif, il est devenu lui-même vecteur de l'information, ou plus précisément vecteur de promotion. Un bon petit soldat du marketing viral qui va permettre de promouvoir le contenu rap de façon contagieuse. Pour parler cru, on douille notre voisin, qui en fait de même avec son voisin et ainsi de suite. Bref on « s'autodouille ». La plateforme Skyblog revendiquant trente millions de blogs, on peut imaginer avec effroi le pouvoir d'influence de Skyrock et de ses multiples annonceurs (monétisant à souhait leurs applications mobiles). Tel est donc l'autre nom du rap : une technique marketing (et musicale) de modélisation de l'opinion, voire de l'être humain, qu'il s'appelle Mamadou, Mohamed ou... Franck Ribéry.

### *Le Canon*

L'une des principales astuces de l'oligarchie est de qualifier le rap de contre-culture. Mais en regardant de plus près, il apparaît qu'il



ne contredit jamais les valeurs dominantes, tout en prônant des concepts tirés du rêve américain, tel que l'*affirmative action* ou ce genre de conneries. Il n'est en fait que le fils caché de la culture de masse, son infiltré. Le rap, c'est Donnie Brasco<sup>1</sup>. Dans le cas contraire, il serait aussi confidentiel que du punk rock néonazi par exemple. Mais le cheval de bataille du rap (français) est de justifier son statut de contre-culture par sa faible présence historique sur les grandes chaînes hertziennes. À ceux qui abondent dans cette thèse, j'ai envie de leur répondre que le but du rap n'est pas obligatoirement de passer à la télé, mais de passer en banlieue. Nuance. Le rap permettant ainsi à la bourgeoisie (dans une logique de maintien de sa domination) de remplacer les courants d'instruction classique (réservée à ses élites) par une autre instruction, l'instruction rap, destinée au banlieusard, dont l'intérêt est de l'abrutir, afin d'annihiler toute dangerosité

1. Film américain réalisé par Mike Newell en 1997. L'histoire vraie de Joseph D. Pistone, un agent du FBI ayant infiltré la famille Bonanno, l'une des Cinq Familles de la mafia new-yorkaise, à la fin des années 70.

potentielle envers les tenants du manche. Avec en prime la confiscation des clés de réflexion (restées dans le trousseau pour le coup) et le projet de tirer un maximum de profit de l'(in)enseigné, en procédant de la manière qui suit : plus on l'abrutit, plus on lui donne envie d'entrer dans la machine afin qu'il puisse faire fièrement le signe illuminati au concert de Jay-Z. Passant de fait d'un travestissement de l'insoumission réelle et dangereuse pour nos maîtres à une insoumission de cage d'escalier, voire de boîte de nuit (pour ceux qui y entrent, auquel cas reste les soirées Ford Fiesta en poussant à fond le son de l'autoradio). Résultat : toute lutte émancipatrice est rendue mort-née.

On constate ainsi que l'une des fonctions du rap est le contrôle du temps libre de la jeunesse (et aussi des chômeurs, qui ont du temps, par définition). Une distraction nocive se drapant dans les habits de la réflexion sociétale mais en abordant les problèmes socio-économiques de manière creuse et démagogique. De sorte



que le rap est une gesticulation, un aboiement de roquet (pénible certes mais totalement inoffensif). Faussement apolitique (car d'inspiration de gauche socio-démocrate et libérale, ce qui est totalement compatible), le rap est au contraire totalement politisé tout en tournant autour du pot. Il entretient une frustration, vu qu'il reste un arrière-goût chez l'auditeur, du fait du décalage entre les solutions proposées (« On baise tout »), l'explication de la situation (« C'est la merde ») et la réalité des questions légitimes et jamais posées (sur l'oligarchie bancaire par exemple). Avec comme meilleur exemple, la promotion des ateliers d'écriture rap (cooptés par les profs de français et l'Éducation nationale), efficace projet de déculturation, d'asservissement et de codification de la jeunesse à travers le schéma hip-hop (qui, comme on l'a vu, est un cheval de Troie de l'idéologie marchande). Et pour couronner le tout, la mise en avant par la bourgeoisie élitiste des « rappeurs à texte » (vous savez, ceux qui écrivent bien !!!) Abd al Malik, Kery James ou Akhenaton avant,

érigés comme modèles d'écriture pour le futur « bourgeoisard », jusqu'au jour où ce dernier tombera, par chance, sur un Céline ou un Guillaume Musso (non, je déconne) et se rendra compte que l'on s'est bien foutu de sa gueule.

S'il est malheureusement prouvé que la musique influe directement sur nos capacités cognitives et favorise par conséquent notre attention, il sera néanmoins toujours plus facile pour un lycéen de retenir le texte d'un morceau de rap – d'où son succès – qu'un poème de Ronsard. Ajoutons-y le mode de fonctionnement du rap, qui est grosso modo un entassement d'associations de mots plus ou moins rythmé (le flow), avec les conséquences sur les perceptions qui en découlent, et on obtient une symbiose totale entre l'auditeur et le rappeur, un jumelage de consciences : d'un « J'écoute donc je suis », on arrive à un « Je deviens ce que j'écoute ». Le label « 100 % réel, 0 % trucage » fera perdre à l'auditeur ce qu'il lui reste de distanciation. Ou la forme



la plus efficace de pédagogie : la pédagogie rap ! Ainsi au vu du petit champ lexical rapologique (souvent teinté d'anglicismes) et dans un souci de compréhension par son cœur de cible, le banlieusard façonné par l'industrie du spectacle (« De mesdames zé mesdames » de Jamel, aux « Izi izi » de Booba), on assiste à un stupéfiant appauvrissement du vocabulaire, donc du langage. Qui, contrairement aux idées reçues, précède la pensée. Faiblesse du langage : faiblesse du *logos*. Donc, oui, forcément, le rap rend con. D'autant plus que la pensée nécessite du temps, du recul et une distance face aux événements, alors que le rap, lui, prétend tout le contraire. D'où la nécessité vitale, viscérale, de lire des livres afin de se créer un arsenal linguistique et intellectuel conséquent.

### *Le Barillet*

Au contraire, le cri de guerre du rappeur, que l'on pourrait résumer par « Tous ensemble, on va les baiser », amène l'auditeur à mal

appréhender les véritables lignes de fracture de la société tout en le confortant dans une mythologie identitaire : le fameux « Nous, les Noirs et les Arabes ». Autoglorification de la mythologie de la jeunesse immigrée, fausse cohésion démentie tous les jours par la réalité du terrain pour qui a mis un jour les pieds dans une cité, et qui explose sous le poids de la contradiction durant la Coupe d'Afrique des Nations, les matchs de CFA ou face à l'annonce de Samira à sa famille qu'elle part vivre avec le jeune Mamadou. Le rap, en mythifiant le passé parental du banlieusard tout en exigeant une éternelle repentance de la France pour les crimes qu'elle a commis, engendre un repli communautaire, totalement souhaité par l'Empire, car morcelant toute contestation hypothétique. D'où sa forte présence à la radio. Ainsi le terme de « pauvre » se retrouve accaparé par une partie de la population, au détriment des autres, notamment les Blancs des quartiers populaires, mais aussi et surtout les habitants du monde rural. Toutefois, le paysan, lui, est véritablement dangereux, car



théoriquement capable d'assurer sa subsistance et son autonomie (ce qui explique les multiples coups que lui porte l'Union européenne dans son processus de destruction des Nations). Il aurait à ce titre pu être considéré comme un allié essentiel dans l'optique d'une future (et souhaitée) révolte du petit peuple. Au lieu de ça, le rap (l'industrie du narcissisme, si vous préférez) entretient cette fracture avec le paysan, soit en se foutant de sa gueule (Kamini), soit en l'excluant par un discours matérialiste dont lui subit véritablement et directement les conséquences au quotidien (idéologie marchande, hyperconsommation, exigences irréalisables de l'UE, fermeture de l'exploitation, chômage, suicide).

Paradoxalement, bien que tenant un discours mythifié sur l'Afrique, le rap s'avère tout aussi destructeur. Car que le propos soit « Ici, en France, c'est la merde » ou « Je fais mon oseille, je suis un boss », il sera habillé par un clip à 10 000 euros (650 000 FCFA) ; fringues streetwear aguichantes, montres, lunettes et

une ou plusieurs belles voitures en toile de fond. Quel que soit le décalage entre le visuel et le sonore, le visuel sera toujours privilégié. Les Bouygues et consorts pourront continuer à dormir sur leurs deux oreilles, le rap se chargeant d'assommer le futur immigré bon marché par des signes estampillés « Empire », motivant davantage encore sa venue. Et pour ceux, encore lucides, qui ne céderaient pas aux sirènes de l'Eldorado, on les incitera à faire du rap local, déstructurant ainsi ce qu'il leur reste de paradigme environnant afin de propager l'idéologie du Nouvel ordre mondial. Le rap, l'une des armes les plus subtiles du mondialisme.

D'où l'affirmation du rappeur-superhéros, sur-virilisé (même pour le rap féminin), esthétisé (esthétisme clinquant type La Fouine ou de rue : lunettes noires, tenues sombres, capuches), adepte de la « j'ai-tout-faïerie » (« J'ai fait ci, j'ai fait ça ! ») qui se traduit par une sur-exagération des violences quotidiennes, soit une « polarisation » du vécu (dans le



sens « polar ») confinant à de la mythomanie institutionnalisée. Selon le rappeur français, les favelas de Rio ou les townships de Soweto seraient réduits au fabuleux monde de Dora. Le texte du rappeur sera nourri de faits « ultraréalistes » en insistant sur le côté « vrai et authentique » tout en utilisant à outrance le sensationnel, le banalisant de plus en plus. Résultat : ce monde « fictif » est aujourd'hui la réalité objective du banlieusard. Le vrai monde, celui de ceux qui se lèvent tôt, est banni des couplets rap. Ne reste plus que des scripts et des scénars : la bande originale du film de leur vie « gangstérisée » ou plutôt « scarfacisée ». Ce qui au départ n'était qu'une imagerie fantasmée du rappeur a fini par exister réellement dans nos rues, conduisant des jeunots à faire tous types d'actes délinquants motivés par du B2O ou le groupe star local. Un monde théorique, qui, au lieu de voir des pauvres, catégorise de façon manichéenne la cité en des « vrais mecs de tess » d'un côté et des « boloss » de l'autre. Et si, dans certains morceaux, sera mise en avant la fierté d'avoir

des avocats ou des médecins, ce sera avec la même hypocrisie du dealer, qui, descendant de sa berline avec plusieurs milliers d'euros de fringues sur le dos, ira conseiller au jeune, ébahi et paupérisé, de continuer d'aller à l'école (« Par contre, si ça te dit de te faire 300 euros par semaine à 13 ans, tu m'appelles »).

La « polar-isation » du rap a donc inversé les causes et les effets et maintenu l'auditeur rap dans un paradigme dénoncé mais paradoxalement « autocréé ». Alors que l'on pourrait penser que c'est « l'esprit de quartier » qui a permis au rap d'évoluer, c'est en fait l'inverse que l'on constate aujourd'hui. Au commencement était le rap, puis vint la mentalité caillera.

Si la fascination pour les voyous ne date évidemment pas d'hier et ne peut être cantonnée au rap, il existe un autre aspect, qui, lui, est bien caractéristique du rap game : l'éloge de la prison. Chaque rappeur majeur du mouvement aura fait son morceau sur



l'incarcération... qu'il noiera parmi d'autres titres qui, eux, glorifieront les actes conduisant à la prison ! Ainsi, que ce soit à travers une mise en garde pour le petit frère ou une démarche assumée (« La prison, je m'en bats les couilles »), le résultat sera le même et participera à une certaine fascination et à la fabrication du rappeur-héros. Il semblerait même, au vu des succès commerciaux qui en découlent, que ce soit un certificat d'authenticité validé par l'auditeur. Car pour un tant soit peu dégouter de la prison, il faudrait que le discours du rappeur soit totalement différent, notamment après sa sortie. Force est pourtant de constater que ce n'est jamais le cas : « La prison ne m'a pas empêché d'être ta star de rap préférée, bien au contraire... » Sachant que « l'auditard » (l'auditeur rap des quartiers populaires) est formaté au désir d'objet, cible de sa délinquance, et qu'il n'a plus peur de la prison, cela aboutit à une criminalisation du substrat populaire, alimentant les tensions entre les pauvres (premières victimes de l'insécurité de la « cage d'escalier ») et tuant dans l'œuf toute

verticalisation d'éventuelles luttes sociales. « Qu'ils continuent à voler des iPhones, toute façon, on leur vendra des applis ! » Ce qui nous montre à quel point on s'est fourvoyé avec le rap comme facteur d'intégration (dès le milieu des années 90) et le fameux dicton cher aux MJC : « Au moins, pendant qu'il rappe, il ne fait pas de conneries ! » Comme si l'un n'était pas générateur de l'autre (et comme si l'interaction entre les deux était impossible). Car, c'est effectivement un facteur d'intégration... mais à l'industrie marchande. Avec le rap, est mythifié tout ce qui participe à la désobéissance civile factice (les cailleras) et à l'anti-France, atomisant la société, le pacte républicain et « proie-isant » l'individu (isolé) au profit de Nike, Apple et des annonceurs de Skyrock.

L'aliénation est d'autant plus dégueulasse qu'elle entretient envers l'illusionné l'impression d'une issue favorable à la fin du combat proposé. Comme si on indiquait à un mort de soif la direction d'une oasis mirage.



Comment en vouloir alors à l'auditard, qui conflue sa représentation du monde à celle du rappeur star, ou le rapport entre un prophète et son croyant. Oui, car le rap est incontestablement une religion. La religion du profit. Le rapport à l'autre étant pollué par l'idéologie usurière, l'idéologie de la maille, du biff. Compatible avec le protestantisme américain certes (lire Max Weber, *L'Éthique protestante et l'esprit du capitalisme*), au contraire du catholicisme français par exemple. La religion catholique étant minoritaire chez l'auditard pour d'innombrables raisons – processus de déchristianisation du prolétariat accéléré par la Loi de 1905 sur la laïcité, influence du communiste, historiquement ennemi de l'Église, Mai 68 et son idéologie libertaire, immigration massive dans les années 70, etc. –, le rap participe surtout à une déformation, voire à une perversion de la religion majoritaire de l'auditard : la religion musulmane. En effet, non seulement celle-ci condamne fermement l'usure mais aussi toute l'idéologie qui suit (« La Gâchette »), ce

qui, au vu des valeurs revendiquées par des musulmans autoproclamés comme Booba ou La Fouine, est pour le moins contradictoire. Fatalement, à force de se déclarer musulman d'un côté tout en prônant la religion du profit de l'autre (le rap et tout ce qu'on a démontré jusque-là depuis « La Crosse »), on aboutit à de la « musulmerie », soit la véritable religion de l'auditard. Un ersatz de la religion musulmane totalement compatible avec le mondialisme (et non la mondialisation), le culte de la délinquance, de la thune, du shit et des meufs (à ce propos, il existe une différence dans le traitement visuel des femmes par rapport au rap US à un Booba près, totalement américanisé, les femmes en mode « chiennasse » étant très peu présentes dans les clips français dans un souci de « musulmerie », ce qui en démontre un peu plus la tartufferie, surtout en regard du peu de considération qui leur est attribué niveau textuel). Conséquence, en « sheitanisant » l'islam, la « musulmerie » participe au choc des civilisations cher à nos maîtres, pour que les multiples oligarchies prospèrent tandis qu'une



future guerre des religions frappe à la porte de nos quartiers. Car le citoyen lambda observant le rap d'un regard extérieur verra avec frayeur le rappeur scander sa foi tout en se servant de codes bling-bling ou du gangstérisme, ce qui lui fera dire : « Chérie, les musulmans sont vraiment des gens dangereux, sors le fusil au cas où... » Une musulmerie qui peut prendre parfois une autre forme, celle du rappeur salafiste qui, pour cracher sa haine de l'Occident, n'a rien trouvé de mieux que d'utiliser le rap comme matériau, de participer lui aussi à l'auto-stigmatisation voulue par l'Empire et de jouer à merveille le rôle du futur terroriste qui lui est attribué à l'insu de sa stupidité. Et pour finir, l'une des principales forces du rap étant de se cacher derrière un miroir de sincérité, disqualifions d'office tous ceux qui essaieront de nous vendre le rappeur « bon musulman » de type Abd al Malik ou Kery James, avec le désir de transformer l'auditard en bourgeoisard tendance qatarie. À tous ces rappeurs, modèles de vertu, adeptes du parfaitisme, tellement pieux qu'ils en font

des chansons diffusées sur la bande FM entre deux pubs pour des téléphones portables, je leur conseillerais d'aller s'isoler comme Diam's et d'arrêter de nous jouer les prophètes made in Booska-P, parce qu'a priori, Skyrock n'est pas une mosquée, loin s'en faut. Quant aux autres « auditards » athées ou agnostiques, rappelons-leur une dernière fois que le rap est une religion. Il serait dommage que leur athéisme les conforte dans le matérialisme rapologique. Ne pas croire en Dieu ne voulant pas forcément dire ne pas croire en l'amour, la solidarité ou la fraternité. Des valeurs étrangères au rap, qui permettent d'éviter de ne voir en autrui qu'une source de profit.

### *La Balle*

La réalité rap a épousé l'image de la vision cinématographique de l'industrie. C'est l'illusion de l'illusion. Celle qui fait vivre l'auditard dans un monde iconisé où l'importance de chacun est proportionnelle à



son degré de représentation dans la matrice. D'où, en général, un arrière-goût de mal-être généralisé. Autant d'années passées sous ce rouleau-compresseur ne peuvent être sans conséquences sur notre aptitude à nous révolter. L'oligarchie se charge de prendre l'un des nôtres (dans le sens membre de la classe non dominante) pour l'ériger, lui le kapo, en leader d'opinion totalement coopté et manipulé par les idéologies dominantes. L'officier-esclave douille les soldats-esclaves : une histoire d'esclaves en somme. Du coup, une majorité d'auditards se trouve incapable de se projeter dans une quelconque réflexion sur son devenir, voire même sur son présent ; le présent étant encore trop loin par rapport à l'instant. Instant dont il voue le culte, le rap ou la musique de l'urgence, le CNN du ghetto (à méditer). Il érige la culture de l'instantanéité au rang de valeur première (voire primaire), le « Tout-tout de suite » du besoin primaire créé puis suscité par le rap game – à tel point que le quotidien s'en trouve pollué – empêche de prendre conscience de la réalité infiniment plus

complexe et plus grande (les multiples schémas oligarchiques par exemple). D'où la naissance d'une nouvelle race d'auditards : le misanthrope de masse alias l'hyperactif de salon qui se disperse dans l'industrie du divertissement quitte à en oublier le véritable sens du mot exister. Car le rap procède à la dissimulation de la réalité par la réalité. Véritable projection de la subjectivité universelle des tenants du manche. Une vision de la réalité (dolby) stéréotypée qui participe à la destruction de la cellule familiale, vu que désormais une autre famille existe à l'intérieur de la famille originelle : celle entretenue avec le rappeur (qu'il écoute à longueur de journée), qui ringardise le discours parental. Pire, le rappeur devenu un Super-Grand-Frère-de-Quartier, c'est même souvent sous son conseil que certains vont écouter leurs parents ! C'est dans un cynisme absolu que l'on assiste à un inversement des valeurs où c'est désormais le rappeur qui réinstalle l'autorité parentale, alors qu'il est sponsorisé par les majors et donc par des groupes industriels responsables de la castration du père ! Si on



pousse plus loin la réflexion, le père étant le garant de la réinstauration de l'ordre au sein du cercle familial, le vrai père de l'auditard devient le rappeur lui-même ! Qui, tel un bon papa, se chargera de lui transmettre ses névroses et de le conforter dans une « haine de l'extérieur ». Cet extérieur est pourtant à l'image de l'auditard : totalement contaminé par l'idéologie marchande. Et s'il porte en lui les germes de ce qu'il déteste, l'insoumission rap conduira donc inévitablement l'auditard à son suicide.

D'où son issue tragique par essence : programmé et génétiquement modifié pour accepter d'être un acteur (passif ou pas) de la mondialisation, il trouvera au bout de son combat, soit la soumission, soit l'autodestruction. La Balle.

## ÉPILOGUE

Le rap, bras armé de l'industrie du narcissisme. Mais un narcissisme tronqué. Faux comme le dollar. Un narcissisme qui repose sur la projection d'un soi factice. Le soi d'un autre ou, plus précisément, le soi façonné par nos maîtres. Une désappropriation qui rend impossible toute tentative pour les gens de bonne volonté d'essayer de s'unifier et de se conscientiser. Le concept du « Nous » – que nos ennemis savent utiliser quand il le faut – finissant par laisser la place à une somme de « Je », afin que, par le biais du rap, nous ne soyons finalement plus réduits qu'à de simples « Je » pluralisés : des « Jeux ». Jeux comme divertissement. Ça tombe bien, c'est de ça qu'il s'agit. Uniquement.



Aux rappeurs, gageons qu'ils prendront conscience du rôle qui leur a été assigné, afin peut-être (j'en doute) d'essayer de se réapproprier le rap puis de le réinventer, comme certains dissidents l'on fait en détournant l'usage originel du média Internet.

Quant aux pauvres auditeurs, qui comme moi restent accro au rap comme à une vulgaire cigarette, et dont la vision de poumons sanguinolents et carbonisés n'entame en rien leur toxicomanie, je ne sais pas quoi leur dire... à part exiger la présence d'un énorme autocollant sur chaque CD de rap : « Consommer du rap tue ».

### **Avertissement au lecteur**

L'auteur du livre a pris le parti de s'attarder uniquement sur les impostures du rap. Auront donc été omis volontairement les authentiques KRS-One, Gang Starr, KMD, Madlib, Talib Kweli, Lupe Fiasco ou d'autres en France comme La Cliqua ou Kimto Vasquez... Liste évidemment non exhaustive.