



**HAL**  
open science

“ Getting the city on lock ” : imaginaires géographiques et stratégies d’authentification dans le rap en France et aux États-Unis

Séverin Guillard

► To cite this version:

Séverin Guillard. “ Getting the city on lock ” : imaginaires géographiques et stratégies d’authentification dans le rap en France et aux États-Unis. *L’Information géographique*, 2017, 81 (1), 10.3917/lig.811.0102 . halshs-01643541

**HAL Id: halshs-01643541**

**<https://shs.hal.science/halshs-01643541v1>**

Submitted on 24 Jun 2021

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

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

## « GETTING THE CITY ON LOCK » : IMAGINAIRES GÉOGRAPHIQUES ET STRATÉGIES D'AUTHENTIFICATION DANS LE RAP EN FRANCE ET AUX ÉTATS-UNIS

Séverin Guillard

Armand Colin | « L'Information géographique »

2017/1 Vol. 81 | pages 102 à 123

ISSN 0020-0093

ISBN 9782200931179

Article disponible en ligne à l'adresse :

-----  
<https://www.cairn.info/revue-l-information-geographique-2017-1-page-102.htm>  
-----

Pour citer cet article :

-----  
Séverin Guillard, « « Getting the city on lock » : imaginaires géographiques et stratégies d'authentification dans le rap en France et aux États-Unis », *L'Information géographique* 2017/1 (Vol. 81), p. 102-123.  
DOI 10.3917/liq.811.0102  
-----

Distribution électronique Cairn.info pour Armand Colin.

© Armand Colin. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

# « Getting the city on lock » : imaginaires géographiques et stratégies d'authentification dans le rap en France et aux États-Unis

Par Séverin Guillard

Séverin Guillard, Docteur en géographie, chercheur associé au Lab Urba, Université de Paris Est – severin.guillard@gmail.com

Au cours de la dernière décennie, la géographie française a vu se développer des études qui montrent l'intérêt de l'objet musique pour la discipline. Au sein de ces analyses, le rap a souvent été un exemple récurrent. Parce qu'il ferait « plus souvent et plus explicitement référence à la dimension spatiale qu'aucun autre discours musical » (Dubus, 2009, p. 142), il serait un cas d'étude particulièrement adapté pour comprendre l'attachement des artistes à certains espaces.

Cet angle d'approche rejoint celui adopté par les travaux anglophones, où la question de l'ancrage du rap dans certains espaces locaux, et notamment urbains, est depuis longtemps perçue comme un élément central. Cette dimension se retrouve depuis l'origine du genre, souvent décrite comme une réaction au contexte post-industriel de New York dans les années 1970 (Rose, 1994 ; Chang, 2005), jusqu'à son exportation dans le reste du monde, envisagée comme une adaptation à une diversité de contextes locaux (Mitchell, 2000). À ces différents moments, l'importance de l'ancrage spatial pour le rap est justifiée par le recours à des discours d'artistes, qui affirment « représenter » leur quartier, leur ville ou leur région.

Or la manière dont cette revendication spatiale est abordée pose question. D'une part, elle est souvent présentée comme un élément évident, reflet de la vie menée par les rappeurs et par les catégories sociales qu'ils représentent. Ainsi, elle a longtemps été réduite, aux États-Unis, à une « expression de résistance engendrée par l'oppression structurelle subie par une partie de la communauté noire » (Diallo, 2009) et, en France, à une « expression des banlieues » (Hammou, 2015, p. 74). D'autre part, elle est perçue comme un élément adopté uniformément par les rappeurs de différentes parties du monde. Russell Potter note par exemple que, « bien qu'il reste une musique globale, [le rap] est fermement ancré dans le local et le temporel ; c'est

une musique sur le “d’où je viens”, qui propose ainsi une nouvelle forme d’universalité<sup>1</sup> » (Potter, 1995, p. 146). De même, Laurent Béro considère que la persistance de cet ancrage spatial est un des éléments qui fait du rap un « standard culturel transnational », un « universel [qui] transcende les frontières culturelles » (2009, p. 128).

Pourtant, quelques études menées à partir des années 2000 montrent comment les revendications spatiales portées par les rappeurs sont en fait loin d’être naturelles. Aux États-Unis, Murray Forman (2002) note par exemple que l’espace générique du « ghetto », revendiqué par les rappeurs des années 1980, laisse peu à peu la place à une autre figure, celle du ‘hood (abréviation de *neighborhood*), qui permet aux artistes de mettre en évidence leur attachement à des quartiers spécifiques. En France, Karim Hammou (2015) analyse la manière dont l’assignation du rap à la « banlieue », élaborée par les médias généralistes au début des années 1990, est reformulée ensuite dans le monde du rap à travers la référence à la « rue », qui devient alors un gage d’authenticité au sein du genre.

Si les revendications spatiales des rappeurs évoluent donc avec le temps, cet article montrera qu’elles dépendent aussi des contextes spatiaux dans lesquels les rappeurs s’expriment. Loin d’être adoptée de manière uniforme, l’idée de « représenter » un lieu fait l’objet d’une diversité de positionnements, qui renvoient aux univers vis-à-vis desquels les artistes envisagent de se placer. Je montrerai ainsi que, plutôt qu’une expression « naturelle », ces revendications sont le résultat d’une construction de l’authenticité que les artistes mettent en place par rapport à ces différents espaces.

Comprendre cette dimension nécessitera de prendre en compte la multiplicité des pratiques qui se retrouve derrière l’usage du mot « rap ». Ainsi, alors que les chercheurs ont souvent observé le genre à l’échelle nationale, considérant le rap d’un pays comme un ensemble uniforme, je montrerai l’importance de repartir des contextes locaux dans lesquels se fait sa pratique.

Pour cela, je me focaliserai sur l’étude de deux scènes rap, celles de Lille et d’Atlanta. Ces deux terrains ont été étudiés par le biais d’enquêtes menées entre mai 2012 et octobre 2014, dans le cadre d’un travail de thèse (Guillard, 2016). Dans ces deux villes, elles ont donné lieu à la réalisation d’une quarantaine d’entretiens avec divers acteurs (rappeurs, DJ, managers, tourneurs, directeurs de labels...) et à l’étude d’un corpus d’œuvres d’artistes locaux (48 albums dans le nord de la France et 33 à Atlanta). Dans cet article, je ne limiterai cependant qu’à quelques exemples tirés de cette enquête. En effet,

---

1. « *Even as it remains a global music, it is firmly rooted in the local and the temporal ; it is a music about “where I’m from”, and such proposes a new kind of universality.* »

l'objectif ne sera pas de dresser un portrait exhaustif des deux scènes, mais de montrer les différences de positionnements qui y existent vis-à-vis de la revendication locale, et quelques-uns des enjeux auxquels ils répondent.

Ces deux terrains permettront de reprendre une comparaison fréquemment effectuée par les rappers et les chercheurs en sciences sociales, celle entre la France et les États-Unis, en la relisant sous un autre angle. Lille et Atlanta sont en effet deux espaces associés à des imaginaires géographiques forts, qui concernent à la fois la ville et la région qui les entourent. Dans de leurs œuvres, de nombreux rappers locaux reprennent et retravaillent ces éléments, combinant et choisissant entre les imaginaires existant à ces différentes échelles. Ces deux cas d'étude permettront donc de montrer selon quelles logiques se construit, dans le rap français et américain, la représentation d'un espace « local », entendu ici comme une zone de taille inférieure à celle du pays.

Mais choisir une ville du « nord » de la France et du « sud » des États-Unis permettra aussi de décentrer une analyse qui s'est souvent concentrée sur les pôles historiques de cette musique (Paris et Marseille pour la France, New York et Los Angeles pour les États-Unis). En ce sens, cet article montrera également comment l'attachement au « local » des artistes se construit en lien avec des enjeux plus large, ceux d'un rap « national » qui s'est longtemps fondé sur des référentiels liés à d'autres zones géographiques du pays.

Afin de mettre en évidence les enjeux de l'imaginaire local dans le rap des deux villes, je me pencherai tout d'abord sur les œuvres elles-mêmes. Je verrai comment celles-ci sont élaborées en lien avec les débats autour de l'image du lieu qui se déroulent à l'échelle locale. Je prolongerai ensuite cette étude par une analyse du discours des rappers sur leur pratique. Je montrerai alors comment l'idée même de « représenter » est plus ou moins contestée dans ces deux scènes, révélant différents univers par rapport auxquels les rappers ambitionnent de se placer pour évoluer dans leur carrière.

## ► Représenter le lieu dans les œuvres : imaginaire géographique et politique du local

Pour comprendre comment s'élaborent les revendications spatiales des rappers dans les deux villes étudiées, on peut d'abord se pencher sur les œuvres produites localement. En effet, c'est avant tout par le biais de leurs morceaux, clips, ou pochettes d'albums que les rappers expriment un attachement aux lieux. Les œuvres participent ainsi à la construction d'un imaginaire géographique, soit d'un « ensemble d'images mentales » en relation qui confèrent,

pour un individu ou un groupe, une signification et une cohérence à la localisation, à la distribution, à l'interaction de phénomènes dans l'espace. » (Debarbieux, 2003, p. 489).

Or cet imaginaire ne se construit pas de manière isolée. Étudiant une pochette d'un album de rap mongol, Patrick Rérat montrait comment cette œuvre se construisait en relation à la fois avec le rap américain et avec des « spécificités locales » (Rérat, 2006). A Atlanta et à Lille, certaines pochettes de disques emblématiques semblent témoigner des mêmes logiques. Cependant, elles ne font pas que reprendre des éléments préexistants sur le rap et sur les localités décrites : lorsqu'on les observe de plus près, elles montrent comment la revendication locale des rappeurs est d'abord un outil pour se positionner dans des débats qui se tiennent au même moment autour de l'image du lieu.

Dans l'histoire du rap à Atlanta, une pochette met particulièrement en évidence cette dimension : celle de *Put Yo Hood Up*, un album de Lil Jon and the Eastside Boys sorti en 2001 (figure 1). Ce disque marque l'arrivée du rappeur Lil Jon (au centre de l'image), et de son groupe, au premier plan du rap américain. L'album est un succès commercial : il est certifié disque d'or au bout d'un an<sup>2</sup>. Ayant acquis un statut emblématique pour la scène locale, il a nourri les analyses de plusieurs chercheurs (Miller, 2008 ; Sarig, 2007).

Si le groupe est originaire d'Atlanta, c'est avant tout à l'échelle de la région qu'il place ici sa revendication. Ce positionnement n'est alors pas isolé : il accompagne la montée en puissance d'un nouveau sous-genre du rap, le *Dirty South*, où les rappeurs font de leur ancrage sudiste un élément prépondérant de leur image<sup>3</sup> (Miller, 2008).

À l'instar des autres artistes de ce mouvement, Lil Jon et and The Eastside Boys joue sur certains clichés associés à la région. Parmi eux, se retrouve l'idée d'un Sud longtemps considéré comme moins « urbain » que le reste du pays (Miller, 2008). Accompagnant un mouvement de ruralisation du rap (Sarig, 2007), Lil Jon revendique son ancrage dans les campagnes de

---

2. Le disque d'or est une certification décernée aux albums ayant obtenus un succès commercial important. Aux États-Unis, le seuil nécessaire pour obtenir ce statut est fixé à 500 000 exemplaires vendus (source : *Recording industry association of America*, [www.riaa.com/gold-platinum/](http://www.riaa.com/gold-platinum/), consulté le 30 octobre 2016). En France, ce seuil est fixé à 100 000 jusqu'en 2006, avant de redescendre à 75 000 jusqu'en 2009, puis à 50 000 à partir de là (Source : *Syndicat national de l'édition phonographique*, <http://www.snepmusique.com/les-certifications/>, consulté le 30 octobre 2016).

3. Alors que les rappeurs issus du Sud des États-Unis restent, jusque dans les années 1990, à la marge d'un rap américain dominé par les artistes des côtes Est et Ouest, la fin de la décennie voit la montée en puissance d'artistes qui revendiquent l'existence d'esthétiques et d'imaginaires propres à leur région. Nommé « Dirty South », en référence à une chanson du groupe Goodie Mob, parue en 1995, ce mouvement regroupe de nombreux artistes, tels que Outkast, Ludacris ou les Ying Yang Twins pour Atlanta, dont les albums se retrouvent en tête des ventes de disques dans les années 2000 (Miller, 2008).

Fig. 1 : Pochette de l'album *Put Yo Hood Up* de Lil Jon and The Eastside Boyz (2001)



Géorgie, comme le montre le port d'une combinaison étanche associée aux activités de pêche.

Tout en mettant en avant une certaine image du Sud, le groupe l'envisage depuis un point de vue particulier : celui d'hommes noirs. Cette dimension raciale se retrouve dès le titre de l'album, *Put yo hood up*, qui joue sur l'ambiguïté du terme *hood*. Celui-ci peut être compris comme une abréviation de *neighborhood* (« quartier »), donnant alors à l'expression le sens de « représente ton quartier ». Mais le terme *hood* peut aussi désigner une capuche. Dans le contexte de la pochette, il rappelle que ce terme fut utilisé, dans le sud des États-Unis, pour désigner un type de couvre-chef : la capirote associée aux membres du Ku Klux Klan.

Mais la dimension raciale se retrouve surtout dans l'usage du drapeau confédéré, présent à trois reprises sur l'image. Apparu au moment de la

guerre de Sécession, il est régulièrement réutilisé depuis comme un signe de refus de la défaite du Sud et de son corrélat, l'abolition de l'esclavage. Son utilisation par Lil Jon peut donc être interprétée comme une référence au passé esclavagiste de la région. Il met aussi en évidence le racisme structurel dont sont toujours victimes les Noirs aux États-Unis.

En effet, la sortie de l'album se fait à une époque où se déroulent des débats intenses en Géorgie autour de l'usage de ce drapeau. Depuis 1956, le drapeau officiel de l'État avait repris en grande partie les motifs confédérés (figure 2 a, b, c). Malgré de nombreuses protestations, ce n'est qu'en 2001, sous l'impulsion du gouverneur démocrate Roy Barnes, que le drapeau fut changé au profit d'un motif jugé moins offensant. Loin d'être unanimement acceptée, cette décision réveilla les défenseurs du drapeau confédéré, qui organisèrent une campagne pour le rétablissement de la version de 1956. Celle-ci conduisit à la défaite de Barnes aux élections de 2002, remplacé par le candidat républicain, qui fit voter un 3<sup>e</sup> drapeau (Sarig, 2007).

Sur cette pochette, Lil Jon aborde frontalement la question de ce symbole contesté. Il « porte » sur lui le drapeau du Sud, incarnant une région dont il ne saurait se défaire : comme l'écrit Roni Sarig, il manifeste son appartenance au Sud tout en se posant en victime de ce contexte régional (Sarig, 2007).

Cependant, la présence de drapeau en flammes à l'arrière-plan laisse suggérer une autre dimension : en même temps qu'il donne à voir une image du Sud, Lil Jon participe à la recréer. Le simple fait de porter le drapeau confédéré sur ses épaules permet d'opérer à un retournement du stigmaté : ce symbole, habituellement associé à la suprématie blanche, est ici approprié par un groupe noir revendiquant son appartenance sudiste. L'apparence, l'attitude corporelle de Lil Jon (les dreadlocks, les dents en or et l'expression de rage intense) et les signes de masculinité exacerbés mis en avant par le groupe ne font que renforcer ces éléments. Comme l'écrit Matt Miller, « le port du drapeau rebelle sur ses épaules dans l'illustration, [...] véhicule l'occupation hostile d'un symbole. La pochette ressemble au pire cauchemar d'un suprémaciste blanc, un homme noir démoniaque surpuissant s'appropriant, occupant et profanant le symbole chéri de Dixie [surnom donné au sud des États-Unis]<sup>4</sup> » (Miller, 2008).

Dans le rap lillois, il est possible de retrouver des œuvres évoquant des procédés similaires. C'est notamment le cas de la pochette de l'album *Les Bronzés font du ch'ti* du Ministère des Affaires Populaires. Sorti en 2009, le

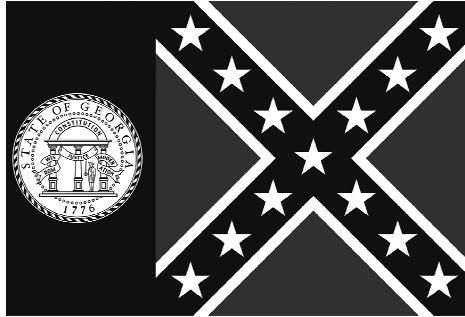
---

4. « *The draping of the rebel flag around his shoulders in the picture [...] communicates the hostile occupation of a symbol. The cover image seems the worst nightmare of a white supremacist, a demonic, superpowered black man appropriating, occupying, and defiling the treasured symbol of Dixie.* »



Fig. 2 : Les évolutions du drapeau de Géorgie

1956-2001



2001-2003



2003-aujourd'hui



disque est le deuxième opus de ce groupe de rap du Nord. Bien que cet album n'atteigne pas le sommet des ventes en France, il est le fait d'un groupe reconnu localement, et qui bénéficie d'une certaine visibilité à l'échelle

nationale<sup>5</sup>. Le groupe possède par ailleurs un son qui le distingue du format musical rap habituel : en plus de s'entourer d'un DJ, les deux rappers du groupe sont accompagnés d'un violoniste et d'un accordéoniste. Ce sont ces cinq membres qui figurent sur la pochette.

Tout en véhiculant un message politique, dont le sens a déjà été analysé ailleurs (Sonnette, 2013), la pochette de l'album du MAP manifeste un fort ancrage spatial. Elle donne en effet à voir un certain nombre de signifiants spatiaux, qui mélangent différents registres d'imaginaires.

On retrouve d'abord des symboles qui rattachent le groupe au nord de la France. Le groupe pose entre deux murs de briques rouges, dont l'utilisation est fréquente pour les bâtiments construits dans la région. L'un des personnages, le rappeur Saïdou, arbore un collier en or sur lequel on peut lire le nombre « 59 », le numéro du département du Nord. Par deux fois sur cette illustration, l'ancrage nordiste est signalé par l'utilisation du terme « ch'ti ». Servant à désigner à la fois un habitant du nord de la France et un dialecte particulier, ce mot est employé non seulement pour le titre, mais également dans le logo présent en bas à gauche. Celui-ci reprend le message « Parental Advisory : Explicit Lyrics », employé au départ sur les albums de rap américain<sup>6</sup>, et dont l'usage a été repris depuis par des rappers d'autres parties du monde (Rérat, 2006). Cependant, le message est ici détourné : il est traduit en ch'ti et indique : « méfiez-vous/MAP/lyrics en ch'ti ».

Le groupe manifeste également un ancrage dans la culture populaire. Le nom de l'album est un croisement entre les titres de deux films : *Les Bronzés font du ski* de Patrice Leconte, sorti en 1979, et *Bienvenue chez les ch'tis* de Dany Boon, sorti en 2008. C'est particulièrement avec ce dernier que l'imaginaire de la pochette entend dialoguer. Paru un an avant l'album du MAP, le film de Dany Boon connaît un succès considérable lors de sa sortie<sup>7</sup>. Comme son titre l'indique, son intrigue se déroule dans le Nord et vise à donner une certaine image de cette région. Cependant, dans ce film, tout comme dans celui de Patrice Leconte, l'histoire racontée se concentre, certes

---

5. À cette période le MAP tourne fréquemment dans les salles de concerts et les festivals des pays, accumulant, d'après l'un des rappers du groupe, plus de 500 dates entre 2006 et 2010 (source : entretien mené avec Saïdou, 24 septembre 2014).

6. Introduit en 1985 par la *Recording industry association of America*, le logo *Parental Advisory : Explicit Lyrics* est utilisé pour signaler tout enregistrement discographique contenant des propos grossiers et/ou des descriptions de scènes de violence, de sexe, de prise de substances illicites. La décision d'apposer ce logo sur un album revient généralement à la maison de disques, en accord avec l'artiste (source : [http://www.riaa.com/toolsforparents.php?content\\_selector=parental\\_advisory](http://www.riaa.com/toolsforparents.php?content_selector=parental_advisory), consulté le 7 octobre 2015).

7. Avec plus de 20 millions d'entrées, *Bienvenue chez les Ch'tis* arrive en tête du box-office en France pour l'année 2008. Il reste encore à ce jour le deuxième film le plus visionné au cinéma dans ce pays, derrière *Titanic* de James Cameron (source : [www.jpbox-office.com](http://www.jpbox-office.com), consulté le 9 février 2016).

sur des classes populaires, mais surtout sur des populations majoritairement blanches.

Or, la pochette du MAP (figure 3) est marquée par la présence d'un troisième type d'imaginaire : celui de la France postcoloniale. Sur l'illustration, plusieurs membres du groupe portent des tenues qui se rattachent à un imaginaire oriental : l'un des rappeurs, HK, est vêtu d'un turban, d'un sarouel et d'un poignard à lame courbe, Saïdou porte une djellaba et le DJ du groupe un chèche d'inspiration touareg. Le titre de l'album joue également sur l'ambiguïté du mot « bronzé » : alors que, dans le film de Patrice Leconte, il sert à désigner les protagonistes, dont la peau a été tannée par le soleil, le terme est ici détourné, rappelant l'usage qui en est fait pour stigmatiser les populations non-blanches dans un contexte francophone.

**Fig. 3 :** Pochette de l'album *Les Bronzés font du ch'ti* du Ministère des Affaires Populaires (2009)



Cette dernière dimension est explicitement revendiquée par le groupe comme un moyen de retravailler les imaginaires dominants sur le Nord. Elle est notamment évoquée par les rappers dans un entretien qu'ils accordent en 2009 au philosophe Pierre Tévanian dans la revue *Mouvements*. Saïdou y explique sa défiance vis-à-vis d'une œuvre comme *Bienvenue chez les ch'tis*. Il déclare :

« Peut-être qu'il montre les gens du Nord comme ils sont... Mais en oubliant nos parents... Les noirs et les Arabes, ils n'y sont pas. Ça ressemble au Nord, oui, sauf que mes parents n'y sont pas... C'est la France d'Astérix, alors que le Nord, c'est une terre d'immigration » (Saïdou in Tévanian, 2009).

En recourant à un ensemble de symboles du Nord, la pochette de l'album permet donc de servir l'objectif politique du groupe vis-à-vis de l'imaginaire de la région. Comme l'écrit la sociologue Marie Sonnette, « ils opposent une nouvelle image à cette représentation majoritaire de la "France blanche" qui correspond davantage à leur idée et expérience du nord de la France. Par l'auto-identification "bronzés", les rappers se réapproprient un stigmate qui devient une revendication identitaire et provocatrice » (Sonnette, 2013, p. 203).

Ainsi, bien que reprenant un ensemble de procédés similaires, les deux pochettes montrent une revendication spatiale qui s'insère dans des enjeux spécifiquement locaux. Elles montrent aussi comment, loin de retranscrire de manière mécanique les grands traits d'un imaginaire dominant, les artistes se servent du rap comme d'un outil pour s'insérer dans les débats autour de l'image de leur région.

Ces deux pochettes traduisent en ce sens un positionnement au sein d'une politique du lieu<sup>8</sup>. Face à une représentation de la région qu'ils ne cautionnent pas, chacun des deux groupes met en place une performance visant à en donner une image qu'il juge plus authentique. C'est ainsi que, tout en empruntant des symboles aux imaginaires dominants de leur région, le MAP et Lil Jon and The Eastside Boys y associent des éléments qui y sont habituellement peu visibles. Dans les deux cas, l'utilisation du rap cherche à mettre en évidence la place occupée par les minorités racisées au sein de ces espaces, que ce soit dans le cadre racialisé des États-Unis ou postcolonial de la France.

---

8. L'usage du terme « politique » doit ici être compris dans un sens semblable à celui de *politics* en langue anglaise. Contrairement au mot *policy*, qui désigne les mesures prises par les institutions et les personnalités qui assurent le fonctionnement de la cité, le terme *politics* sert à qualifier un processus plus large : celui des interactions plus ou moins conflictuelles entre différents individus, qui débouchent sur des rapports de pouvoir.

Cependant, ces deux pochettes ne sauraient refléter l'ensemble des représentations spatiales véhiculées dans le rap des deux scènes. Ces œuvres ont notamment la particularité de se focaliser sur l'échelle de la région, là où d'autres rappeurs locaux privilégient plutôt celle de la ville. Elles donnent également à voir une représentation centrée sur les rappeurs, alors que les œuvres sont le résultat d'une coopération entre une diversité d'acteurs, qui prend place dans des mondes de l'art spécifiques (Becker, 2010). Si elles se situent par rapport aux débats qui se tiennent sur l'image du lieu, les revendications spatiales des rappeurs sont donc liées aussi à des discussions qui se déroulent en amont, dans les mondes artistiques liés au rap à Lille et à Atlanta.

### ► Représenter le lieu dans les scènes : stratégies de carrière et construction de l'authenticité

Pour comprendre plus en détail la manière dont se construisent les revendications spatiales des rappeurs dans les deux villes, il est donc nécessaire d'aller au-delà de l'étude des œuvres, et d'observer les discours que les artistes tiennent sur cette pratique. En effet, en plus de retravailler l'image des lieux, l'action de « représenter » influence aussi celle des rappeurs. Elle est une performance qu'ils peuvent décider ou non de mener dans le cadre de leur « présentation de soi » (Goffman, 1973). Sa construction se fait alors en lien non plus avec l'imaginaire des lieux, mais avec d'autres univers : ceux des « scènes » musicales dans lesquels les artistes sont impliqués.

Employé au départ dans le domaine de la pratique et de la critique artistique, le terme de « scène » est repris et conceptualisé à partir des années 1990 par des chercheurs qui se revendiquent des *Popular Music Studies*. Il devient aujourd'hui une notion dont l'usage se situe à la croisée des études culturelles et des études urbaines (Guibert et Bellevance, 2014 ; Woo *et al.*, 2015). Le terme est utilisé au départ par les chercheurs pour qualifier les mondes artistiques qui se développent dans un contexte donné. Bennett et Peterson définissent par exemple les scènes musicales comme « les contextes dans lesquels des clusters de producteurs, musiciens et fans partagent ensemble leurs goûts musicaux en commun et se distinguent collectivement des autres<sup>9</sup> » (Bennett et Peterson, 2004, p. 1). Progressivement, la scène est aussi devenue un moyen de mettre l'accent sur certains aspects de l'organisation des pratiques culturelles. Alors que d'autres notions, comme le monde de l'art

---

9. « *The contexts in which clusters of producers, musicians, and fans collectively share their common musical tastes and collectively distinguish themselves from others.* »

(Becker, 2010), se concentrent plutôt sur les acteurs qui participent à la production des œuvres, l'approche par les scènes permet de montrer comment cette activité se localise dans des contextes spatiaux et dans des lieux précis. Elle montre comment certains espaces peuvent devenir porteurs de normes, tout en prenant en compte les débats qui président à leur établissement. Comme l'explique Will Straw dans un article fondateur de 1991, la scène est un « espace culturel dans lequel une diversité de pratiques musicales coexiste<sup>10</sup> » (p. 373).

Certains chercheurs montrent comment les scènes artistiques peuvent avoir un poids non négligeable sur la visibilité des espaces dans lesquelles elles s'implantent, et notamment les villes, en leur associant un son ou un style artistique identifiable (Grassy, 2010), ou en jouant sur leur attractivité (Silver *et al.*, 2010 ; Vivant, 2009). Mais l'existence d'une scène possède aussi des conséquences sur les pratiques culturelles locales, en faisant émerger des normes artistiques par rapport auxquelles les artistes doivent se placer (Guillard, 2014).

Repartir des scènes musicales permet ainsi de réexaminer sous un autre angle les revendications spatiales dans le rap à Lille et à Atlanta. Si celles-ci sont parfois utilisées pour construire une représentation du lieu jugée plus « authentique », elles peuvent aussi servir à mener un processus « d'authentification » (Moore, 2002) des rappeurs par rapport à différents mondes artistiques. Deux exemples permettent de mettre en évidence cette question : ceux du rappeur Killer Mike, à Atlanta, et du groupe La Jonction, à Lille. Au moment de l'enquête de terrain, ces artistes font partie des figures de proue de leur scène respective. Ils ont pour point commun d'évoluer depuis longtemps dans le rap et de mener une carrière au croisement d'enjeux locaux et nationaux.

Né en 1975, Killer Mike pratique le rap depuis l'adolescence. S'il commence à payer ses premières heures en studio dès le milieu des années 1990, ce n'est qu'au début des années 2000 que sortent ses premières productions discographiques. Sa professionnalisation est aidée par son lien avec un groupe emblématique du rap local, Outkast, qui l'invite sur plusieurs morceaux<sup>11</sup>. Killer Mike entame ensuite une carrière solo qui le conduit à sortir plusieurs albums avec plus ou moins de succès. Au moment de l'entretien, le rappeur est devenu une figure importante du rap d'Atlanta<sup>12</sup>. Cette situation se traduit

---

10. « *Cultural space in which a range of musical practices coexist.* »

11. Voir notamment « Snappin' and Trappin », présent sur l'album *Stankonia*, sorti en 2000, ou « The Whole World », sur la compilation *Big Boi and Dre Presents... Outkast*, sorti en 2003.

12. Quelques éléments peuvent permettre d'estimer ce statut de Killer Mike dans le domaine du rap. Au 21 avril 2016, le rappeur possède plus de 111 000 fans sur sa page Facebook

par des tournées qu'il effectue dans le reste du pays ou à l'étranger, en solo ou, plus récemment, avec son groupe Run The Jewels.

Dorénavant reconnu hors de la scène locale, Killer Mike garde pourtant un lien profond avec sa ville d'origine. « Représenter » Atlanta lui apparaît ainsi comme une dimension naturelle de sa pratique :

« Pourquoi je parle d'Atlanta ? La ville m'a faite. Je suis une combinaison de ce qu'Atlanta est. Pour un garçon grandissant dans la ville, celle-ci est son premier amour. Enfin, en dehors de sa mère et de sa famille. J'ai embrassé ma première fille à Atlanta, j'ai fait l'amour pour la première fois à Atlanta, je me suis battu pour la première fois à Atlanta. Quand je meurs, où que je meure, je veux qu'on me ramène ici et qu'on m'enterre à Atlanta. C'est là je suis censé être<sup>13</sup> » (Killer Mike, 1<sup>er</sup> mars 2013)

De son côté, La Jonction est un groupe de 5 rappeurs lillois formé en 2001. Bien que ses membres soient plus jeunes que Killer Mike<sup>14</sup>, ceux-ci deviennent également des figures de proue de leur scène au long des années 2000. Leur production discographique est moins intense que celle du rappeur d'Atlanta : ils publient une première *mixtape*<sup>15</sup>, *Street Radio* en 2008, qui est distribuée gratuitement sur Internet, puis un premier album distribué nationalement, *Le Point sur le J*, en 2013. Cependant, à la même période, ils effectuent de nombreux concerts, à la fois dans le Nord-Pas-de-Calais et dans le reste de la France. Cette pratique de la musique en *live* leur vaut d'être récompensés par plusieurs prix dans les tremplins musicaux auxquels ils participent. En 2012, La Jonction est notamment désigné vainqueur régional du Buzz Booster, l'un des principaux dispositifs de détection scénique à destination des musiques hip-hop en France, et arrive en deuxième position lors de la finale nationale.

Tout au long de la décennie, le groupe mène ainsi un parcours qui doit lui permettre d'atteindre une envergure nationale. Or, cette trajectoire le conduit à adopter un positionnement différent de Killer Mike vis-à-vis de son ancrage spatial. Dans un premier temps, le groupe revendique largement son affiliation au nord de la France. Cette dimension se retrouve notamment

---

(<https://www.facebook.com/killermikegto/>), tandis que son groupe, Run the Jewels, en totalise plus de 164 000 (<https://www.facebook.com/therealrunthejewels>). À la même période, le clip le plus regardé du rappeur sur YouTube, celui du morceau « Reagan », sorti en octobre 2012, cumule plus de 2,6 millions de vues (<https://www.youtube.com/watch?v=6IIqNjC1RKU>).

13. « *Why do I talk about Atlanta ? The city made me. I'm a combination of what Atlanta is. For a boy in the city, the town is his first love. I mean, outside of your mom and your family... I kissed my first girl in Atlanta, I made love for the first time in Atlanta, I first fought in Atlanta. When I die, wherever I die, I want you to bring me back and put me in the ground around Atlanta. This is where I'm supposed to be.* »

14. Les deux rappeurs du groupe interrogés, Saknes et YWill sont tous les deux nés en 1982.

15. Dans le domaine du rap, une *mixtape* désigne un album non-officiel, généralement produit avec des moyens plus réduits, et à la diffusion moindre. Il sert souvent à faire patienter les fans en attendant la sortie d'un disque en bonne et due forme.

dans la *mixtape* parue en 2008. Dès le premier morceau, l'un des rappers y déclare « représente[r] les MC<sup>16</sup>s de la région ». De même, les différents titres sont entrecoupés d'intermèdes qui donnent l'impression que le groupe est interviewé dans le cadre d'une émission de « radio de rue » : les journalistes y précisent qu'ils sont à Lille pour rencontrer la Jonction et demandent au groupe de présenter le Nord « pour les gens qui ne connaissent pas la région ».

Dans un second temps, cet ancrage spatial semble passer au second plan. Ainsi, dans l'album qui sort en 2013, peu de références sont faites à Lille et à sa région. Cette évolution est déjà sensible lors d'un entretien effectué en 2012 avec deux des rappers du groupe, Saknes et YWill. Le premier y déclare :

« Ben, aujourd'hui, on revendique moins [la région] qu'avant déjà... C'est pas fait exprès, c'est juste que notre rap, avant 2008 [...] on était en mode : "On cherche du buzz, on veut se faire connaître grave dans la région." Donc on était dans le discours « Lille 5-9 », à représenter d'où on vient. Aujourd'hui, on n'est plus dans ce discours-là. [...] Moi, quand je rappe, je représente plus les quartiers de France, je représente plus le rap français aujourd'hui que de représenter uniquement Lille » (Saknes, 13 juin 2012).

Ainsi, tandis que Killer Mike conserve un ancrage local malgré sa reconnaissance nationale, les rappers de la Jonction semblent mettre cet élément de côté à partir du moment où ils cherchent à sortir de la scène locale. Ces différences de positionnement ne peuvent être comprises si l'on se penche uniquement sur les œuvres. Elles sont en effet le résultat d'enjeux liés à la fois à la scène dont les rappers sont originaires et à celle qu'ils désirent intégrer.

Dans les deux cas, les rappers doivent d'abord faire avec des différences dans l'image de la scène dont ils sont issus. Bien qu'elle ne soit pas un foyer historique du rap aux États-Unis, Atlanta est devenue dans la dernière décennie une des nouvelles capitales du rap dans le pays. Sur 251 albums ayant obtenu un disque d'or entre 2001 et 2012, 32 sont le fait d'artistes originaires d'Atlanta. La ville arrive au second plan derrière New York (62 albums) et devant Los Angeles (27 albums). Sur la seule période 2006-2012, le statut de la ville est encore plus important : sur 64 albums certifiés, elle arrive au premier rang, avec 10 albums, contre 9 albums pour New York et 7 pour Los Angeles<sup>17</sup>.

---

16. Abréviation de « maître de cérémonie ». Expression souvent employée comme un synonyme de « rappeur ».

17. Source des données : <http://www.riaa.com/gold-platinum/>, consulté le 30 octobre 2016.



Au fil des différents succès commerciaux des rappeurs locaux, c'est une certaine image de la ville qui s'est peu à peu imposée et qui s'exporte aujourd'hui au-delà du seul domaine du rap<sup>18</sup>. Percer à l'échelle nationale, pour les artistes d'Atlanta, c'est donc se retrouver confronté à un imaginaire dominant avec lequel il faut désormais négocier. Cette dimension se retrouve dans certaines œuvres récentes de Killer Mike. Dans un morceau publié en 2012, il montre par exemple comment la ville correspond à un environnement bien plus dur que celui que s'attendent à trouver certains touristes de passage. Il rappe :

« Tapi dans le club, je guette les touristes enfoirés  
Bienvenue à Atlanta – vos bijoux, enfoirés !  
Ces crétins de négros voulaient du Luda et Jermaine  
Tout ce qu'ils ont trouvé a été un Ruger [une marque de revolver] et de la peine. »  
*Lurking in the club on tourist motherfuckers*  
*Welcome to Atlanta – up your jewelry, motherfucker !*  
*These monkey niggas looking for some Luda and Jermaine*  
*And all a nigga found was a Ruger and some pain*  
(« Big Beast », Killer Mike, 2012)

Symbole de la représentation extérieure de la ville, la figure du touriste est aussi un clin d'œil à une œuvre emblématique de la scène : le clip « Welcome to Atlanta », des rappeurs Ludacris et Jermaine Dupri. Dans cette vidéo, sortie en 2001, les deux rappeurs présentent en effet la ville comme une capitale de la fête. Ils la font découvrir à un groupe de touristes, parodiant les codes d'une visite en *Tour Operator*. En reprenant les conventions de ce clip au moment où il cherche à dépeindre la ville, Killer Mike montre comment certaines productions du rap local ont largement influencé l'idée que des visiteurs extérieurs se font d'Atlanta. Elles ont défini une image dominante par rapport auquel le rappeur doit désormais se placer.

À l'inverse, Lille reste une ville située à la marge du rap français. Au moment de l'entretien avec la Jonction, aucun album d'un artiste du Nord n'a encore atteint un succès commercial de grande ampleur. Cette situation reflète un marché musical du rap français qui est dominé principalement par les artistes franciliens et marseillais et qui laisse peu de place à la « province »<sup>19</sup>.

---

18. À partir du milieu des années 2000, c'est notamment l'industrie de la télévision qui reprend l'image de la ville définie dans le rap. Plusieurs émissions de télé-réalité, telles *Real Housewives of Atlanta* sur la chaîne Bravo, ou *Love & Hip-Hop : Atlanta* sur VH1, se focalisent sur des personnalités qui se sont fait connaître dans l'industrie musicale. Plus récemment, la série *Atlanta*, diffusée à partir de 2016 sur la chaîne FX, évoque la ville comme une capitale de l'industrie musicale liée au rap.

19. Un décompte des albums ayant obtenu un disque d'or entre 2001 et 2012 suffit à s'en rendre compte. Sur 69 albums certifiés à cette période, 50 sont le fait d'artistes franciliens, et 12 de rappeurs marseillais (Source : Guillard, 2016).

Pour les artistes lillois, percer nationalement c'est donc se retrouver confronté à une absence de lien préexistant entre leur scène et le rap dans le pays. Dès lors, représenter cette localité nécessite de faire avec la méconnaissance, voire les *a priori* négatifs, qui existent sur le Nord au-delà du seul contexte du rap. Cette dimension transparait dans le discours tenu par le manager du groupe La Jonction. Sur la mixtape *Street Radio*, c'est lui qui avait pris la décision d'entrecouper l'album d'interviews du groupe, où celui-ci présentait ses origines nordistes. Il explique maintenant qu'il incite les rappers à mettre de côté leur ancrage local :

« Il y a des endroits comme Marseille, où IAM l'a fait et tout. Je pense que c'est bien de l'avoir fait à cette époque-là. [...] Surtout que Marseille a une belle histoire aussi. Au niveau historique et géographique, il y a plein de choses. Mais quand tu as rien... Quand tu bénéficies pas d'une bonne image comme le Nord, évite d'en parler. Enfin, on peut en parler mais c'est pas ce qui doit venir en avant. Ce qui doit venir en avant c'est vraiment le message. [...] La Jonction, les thématiques qu'ils évoquent dans leur texte, ça n'a rien à voir avec Lille ou la région » (Abdel Aderdour, 31 janvier 2013).

Dans le rap comme dans d'autres domaines, l'identification au Nord est donc perçue comme un particularisme régional gênant et difficilement exportable à l'échelle nationale. C'est en ce sens que l'on peut comprendre la volonté de la Jonction, au moment où le groupe cherche à s'exporter, de mettre en avant leur rattachement à des symboles nationaux, comme les quartiers de France, plutôt qu'à un contexte régional ou local.

Mais ces différences de positionnements peuvent aussi être expliquées par la façon dont est considérée l'idée même de « représenter » un lieu au sein de chaque scène locale. Si revendiquer la ville ou la région est un élément en débat dans ces mondes artistiques locaux, ces discussions n'aboutissent pas au même résultat dans les deux cas.

À Atlanta, cette idée est peu à peu devenue un moyen de s'affilier à une norme locale du rap. Cette idée se retrouve notamment lorsque l'on observe le discours des « personnels de renfort » (Becker, 2010), c'est-à-dire des personnes qui soutiennent la pratique des rappers dans la production et la diffusion de leurs œuvres.

Au moment de l'enquête, la ville est le lieu d'origine de nombreux blogs qui se chargent de relayer les clips et les actualités d'artistes émergents. Lors de l'enquête, le détenteur de l'un d'entre eux, Dirty Glove Bastard, m'expliqua les logiques qui guidaient le choix des artistes qu'il mettait en valeur. S'il n'accordait pas une grande importance au fait que celui-ci « représente » un lieu, il était en revanche nécessaire qu'il corresponde à la « niche » qu'il cherchait à défendre (discussion informelle tenue le 10 octobre 2013). Or, cette ligne éditoriale conduit à valoriser certains types d'esthétiques. Ainsi, la page Facebook du blog indique que le site propose « des nouvelles musiques

venues du *dirty south*. Country Rap Tunes & Trap Music !<sup>20</sup> ». Tandis que le nom « Country Rap Tunes » renvoie à une expression employée par le groupe UGK, originaire de Houston, la mention de « trap music » fait référence à un nouveau style, élaboré originellement à Atlanta. Dans les deux cas, ces expressions dénotent la volonté de mettre en avant une esthétique associée au sud des États-Unis, même si elle a pu depuis se diffuser ailleurs.

Tout comme Atlanta, Lille est le lieu d'origine d'un ensemble de magazines en ligne dédiés au rap. Cependant, les esthétiques locales n'y occupent pas la même place. Cette dimension se retrouve notamment chez l'un des principaux représentants de la presse hip-hop étudiés durant l'enquête. Créé en 2007, ce magazine en ligne accueille quelques textes dédiés à la production locale. Cependant, ceux-ci viennent en complément d'articles qui couvrent le rap français dans son ensemble. Ce choix résulte d'une volonté des responsables du magazine : si certains affirment avoir été des « défenseurs » du rap du Nord à une période, l'idée de « représenter » la région est un élément qu'ils considèrent aujourd'hui d'un mauvais œil :

« Les trucs comme ça, où ils disent “je représente ma région”, ça va être souvent dans ce délire-là. C'est du rap un peu trop, entre guillemets, “de jeunes”, un peu trop “rue”, qui ne me parle pas. [...] En général, oui, je le zappe parce que c'est du rap qui ne va pas me faire kiffer [...]. Soit c'est bon, et ça ne va pas me faire kiffer, donc je ne vais pas faire l'article. Soit c'est des trucs qui sont encore un peu trop jeunes et qui doivent encore être travaillés. [...] En tout cas c'est des trucs à retravailler et donc ils n'ont pas leur place sur [notre site] » (journaliste spécialisé, 23 janvier 2014).

La prise de distance avec les revendications spatiales des rappeurs rejoint ici un processus de distinction vis-à-vis de la figure du « jeune de banlieue » pratiquant le rap. Si les journalistes considèrent que cette revendication du Nord a un temps été partagée largement dans la scène, ils déclarent qu'elle a depuis été abandonnée par la plupart des artistes. Seul un type de rappeurs continuerait à maintenir cet ancrage, ceux ancrés dans leur « quartier », situés notamment dans la ville limitrophe de Roubaix. Mais cette réticence des journalistes vis-à-vis de la revendication locale traduit également ce qu'ils perçoivent comme des conventions du rap à l'échelle nationale. S'ils mettent à distance cet ancrage local, c'est qu'ils le considèrent comme incompatible avec une carrière à haut niveau dans le rap français. Un des journalistes interrogés déclare par exemple qu'un rappeur qui « continue à faire pour sa région, il va mettre du temps à avoir une image nationale » (23 janvier 2014).

---

20. “new music & videos from the dirty south. Country Rap Tunes & Trap Music !”, disponible sur : [https://www.facebook.com/dirtyglovebastard.net/info?tab=page\\_info](https://www.facebook.com/dirtyglovebastard.net/info?tab=page_info), consulté le 10 mai 2016.

Ainsi, au-delà de l'échelle locale, les discours des rappers révèlent les liens qu'ils entretiennent avec les « scènes nationales » du rap. Les positionnements de Killer Mike et de La Jonction peuvent être interprétés comme une réponse au fait que l'idée de « représenter » n'est pas reçue de la même manière par les acteurs situés au cœur de l'économie du rap français et américain.

À Atlanta, cette perspective des acteurs nationaux est apparue à un moment de l'enquête : celui du A3C Festival. Festival de 5 jours se déroulant au cœur de la ville, cet événement accueillait un certain nombre de conférences professionnelles, destinées à donner des conseils aux artistes locaux sur la manière de gérer leur carrière. Parmi les intervenants figuraient de nombreux représentants de l'industrie musicale et du spectacle vivant, originaires de différentes villes des États-Unis. Dans les discussions, ces acteurs soulignèrent l'importance de deux procédés pour réussir sa carrière : le fait de « gagner sa ville » (*owning your city*), et le fait d'« avoir un mouvement » (*having a movement*). Cette idée apparaissait d'autant plus importante pour la crédibilité de l'artiste que, avec l'arrivée d'Internet, les productions de n'importe quel artiste étaient désormais à portée de main.

En France, la perspective de l'industrie musicale est apparue lors d'entretiens effectués dans la région parisienne avec des organisateurs de concerts de rap. Or, alors qu'aux États-Unis, la sélection des artistes se fonde sur la reconnaissance qu'ils ont pu acquérir au préalable à l'échelle locale, leur choix ne semble pas se faire de la même base. Un programmateur parisien explique :

« Déjà, il y a tout un réseau de producteurs, de labels, de tourneurs qui nous envoient les actualités, les choses qu'ils vont produire, qui vont sortir. Après, je suis constamment connecté à regarder les groupes sur les médias, à faire de la veille sur les différents réseaux, Internet... [...] On est aussi dans un milieu qui fait que tout le monde se parle, l'entourage... Le milieu professionnel, amical, tout ça, c'est lié. [...] C'est vrai que vers 1994, par rapport à ma génération, j'allais tout le temps dans les magasins pour voir les trucs qui sortaient. J'écoutais les émissions en radio. Maintenant, les choses arrivent à moi. Je vais les chercher par les nouveaux moyens de communication » (organisateur de concert parisien, 30 avril 2014).

Contrairement aux États-Unis où la reconnaissance acquise par l'artiste dans la scène locale est reçue comme un gage d'authenticité dans la scène nationale, en France, c'est le « buzz » acquis sur Internet et l'intégration dans un réseau d'acteurs, majoritairement parisiens, qui permettent une diffusion à plus large échelle.

Si ces deux modèles d'organisation sont présentés comme le résultat d'une évolution récente, on peut se demander s'ils ne reflètent des différences qui ont structuré l'industrie musicale des deux pays sur le plus long terme. Presque cinq fois plus peuplés que la France, les États-Unis accueillent

un marché de la musique cinq fois plus important<sup>21</sup>. Ils offrent ainsi un contexte plus favorable au développement de certaines niches artistiques et géographiques. Cette dimension est d'ailleurs prise en compte dans la structure des grands labels : si leur siège social est souvent localisé à New York ou à Los Angeles, ils possèdent des relais dans les grandes villes du pays, les *A & R*, qui sont chargés d'y dénicher des nouveaux talents. En France, à l'inverse, les grands acteurs de l'industrie musicale nationale sont localisés quasi exclusivement Paris intra-muros. La réussite dans ce domaine artistique passe donc bien souvent par l'intégration à ce réseau, et ce malgré l'apparition de « scènes locales » en province (Guibert, 2006).

Cette structure économique se double d'une histoire de représentations, où les revendications spatiales des artistes n'ont pas été considérées de la même manière. Comme le montre G r me Guibert, la centralisation de l'industrie musicale en France a longtemps contribu   à mettre à la marge les revendications spatiales portées par les artistes de « province » :

« Il y avait les professionnels de la musique à Paris, et, partout en France, les consommateurs. Comme si la musique provenait « d'en haut » pour atteindre les auditeurs "récepteurs" en bout de chaîne. [...] Ce raisonnement [...] a particulièrement bien fonctionné en France où à longtemps existé une tradition jacobine, républicaine et centralisatrice, dans les faits mais aussi dans les discours. Tout citoyen étant égal à son prochain, il n'y avait pas de raison de mettre en avant des diversités spécifiques en fonction des territoires » (Guibert, 2008, p. 223-224).

  l'inverse, aux  tats-Unis, Elsa Grassy montre comment, depuis ses débuts, l'histoire des musiques populaires est celle d'une commercialisation d'images locales et régionales auprès d'un marché national. Si l'industrie musicale se développe d'abord à New York dans les années 1920, elle se fait avec l'idée de vendre aux immigrants du Nord-Est, nouvellement arrivés du Sud, une musique qui leur rappelle leurs origines.   partir des années 1950, cette importance de l'ancrage local est renforcée par l'action des journalistes spécialisés, qui se mettent à associer dans leurs articles certains sons à certains espaces. L'association entre lieu et musique est par la suite reprise par les artistes de différents genres musicaux, qui se mettent à la réinterpréter comme un gage d'authenticité (Grassy, 2010).

Ces différences se retrouvent dans les positionnements des deux rappers étudiés : tandis que, au moment de passer à l'échelle nationale, revendiquer

---

21. En 2013, selon l'International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), la vente de la musique, physique et numérique, rapportait ainsi 956 millions de dollars en France, tandis qu'elle se montait à 4,47 milliards aux  tats-Unis (source : SMIRKE Richard., 2014, « IFPI's 'Recording Industry in Numbers': U.S. at \$4.4 Billion, Germany Overtakes U.K. », *Billboard*, 1<sup>er</sup> avril 2014, en ligne sur <http://www.billboard.com/biz/articles/news/global/6029448/ifpis-recording-industry-in-numbers-us-at-44-billion-germany>, consulté le 3 juin 2015).

Atlanta apparaît comme un moyen d'affirmer son authenticité à une échelle plus large, revendiquer Lille peut apparaître comme le symbole d'un groupe qui peine à se détacher de sa ville d'origine. C'est ainsi que les rappeurs de la Jonction lui préfèrent un ancrage dans les « quartiers de France », perçue comme revendication générique plus à même de rassembler un public national.

Ainsi, alors que l'idée de « représenter » un lieu est souvent envisagée comme un élément évident et inhérent au rap, cet article a montré comment cette expression résultait d'une construction qui se faisait en lien avec une diversité de contextes et d'échelles de pratique. Dans un premier temps, j'ai envisagé la façon dont cette revendication s'élaborait par rapport à des débats externes au rap, en montrant comment ce genre musical pouvait conduire à retravailler les imaginaires existants sur les lieux. Ces représentations sont apparues comme le résultat de discussions qui se tenaient en amont, dans les mondes artistiques propres au rap. Dans un deuxième temps, j'ai donc étudié la façon dont cette pratique s'élaborait aussi en lien avec les enjeux internes au genre, dépendant des normes en vigueur au sein de scènes musicales spécifiques.

Au fil de cette étude, c'est un changement du statut accordé au discours des rappeurs qui est ainsi apparu. J'ai observé comment, loin d'être le reflet d'un vécu, l'association qui se tisse entre le rap et le lieu sert à mener une double construction de l'authenticité. D'un côté, le rap est utilisé comme un outil pour construire une représentation du lieu que les artistes jugent plus authentique. De l'autre, la revendication locale est un élément que les rappeurs utilisent pour construire leur authentification dans le rap, son usage étant plus ou moins mis en avant en fonction des mondes artistiques vis-à-vis desquels ils désirent se placer.

À travers ce cheminement, c'est donc un glissement d'un espace à l'autre qui a été opéré : en recherchant l'origine des revendications spatiales présentes dans le rap, je suis progressivement passé de l'espace des imaginaires à ceux des mondes artistiques dans lesquels les rappeurs ancrent leur pratique. Alors que la géographie de la musique en France s'est souvent concentrée sur les représentations spatiales, leur analyse approfondie met en évidence un domaine qui reste encore largement à explorer au sein la discipline : celui des espaces de la production musicale.

## ■ Bibliographie

Becker H. (2010) [1982], *Les Mondes de l'art*, Paris, Flammarion, coll. « Champs art ».

- Bennett A. et Peterson R. (2004), *Music Scenes. Local, Translocal and Virtual*, Nashville, Vanderbilt University Press.
- Beru L. (2009), « Le rap engagé, une expansion du local au global sur des critères sociaux, spatiaux et ethniques » in Yves Raibaud (dir.), *Comment la musique vient aux territoires*, Pessac, MSHA, p. 127-139.
- Chang J. (2005), *Can't Stop Won't Stop : une histoire de la génération hip-hop*, Paris, Éditions Allia, 668 p.
- Debarbieux B. (2003), « Imaginaire géographique », in Jacques Levy, et M. Lussault (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, p. 489-491.
- Diallo D. (2009), « La musique rap comme forme de résistance ? », *Revue de recherche en civilisation américaine* [en ligne], vol.1, <http://rrca.revues.org/80> [consulté le 18 février 2015].
- Dubus C. (2009), « Le rap, entre lieux et réseaux : États-Unis, France, Tanzanie », in Yves RAIBAUD (dir.), *Comment la musique vient aux territoires*, Pessac, MSHA, p. 141-152.
- Forman M. (2002), *The hood comes first : race, space and place in rap and hip-hop*, Middletown, Wesleyan.
- Goffman E ? (1973) [1959], *La mise en scène de la vie quotidienne. T.1 : La présentation de soi*, Paris, Éditions de minuit.
- Grassy E. (2010), *Le Lieu musical : du texte à l'espace, un itinéraire sémantique. Poétique des catégories géographiques dans les musiques populaires américaines (1920-2007)*, Thèse de doctorat sous la direction de M.-M. Martinet, Université Paris IV Sorbonne.
- Guibert G. (2006), *La production de la culture. Le cas des musiques amplifiées en France*, Paris/St Amant Tallende, Irma Éditions/Mélanie Sèteun.
- Guibert G. (2008), « Les Scènes locales en France. Définitions, enjeux, spécificités », in Hugh DAUNCEY et Philippe LE GUERN (dir.), *Stéréo. Sociologie comparée des musiques populaires France/G.B.*, Nantes/Paris, Mélanie Sèteun/Irma Éditions, p. 221-236
- Guibert G. et Bellavance G. (2014), « La notion de "scène", entre sociologie de la culture et sociologie urbaine : genèse, actualités et perspectives », *Cahiers de recherche sociologique*, n° 57.
- Guillard S. (2014), « "To be in the place" : les *open mics* comme espaces de légitimation dans les scènes rap à Paris et Atlanta », Belgéo, vol. 4, en ligne sur <https://belgeo.revues.org/13025>
- Guillard S. (2016), *Musique, villes et scènes : localisation et production de l'authenticité dans le rap en France et aux États-Unis*, Thèse de doctorat sous la direction de Claire Hancock et Jérôme Monnet, Université Paris Est.
- Hammou K. (2012), *Une Histoire du rap en France*, Paris, La Découverte.
- Hammou K. (2015), "Rap et banlieue : crépuscule d'un mythe ?", *Informations sociales*, vol. 4, n° 190, p. 74-82
- Miller M. (2008), "Dirty Decade : Rap Music and the U.S. South : 1997-2007", *Southern Spaces* [en ligne]. <http://southernspaces.org/2008/dirty-decade-rap-music-and-us-south-1997%E2%80%932007> [Consulté le 27 juillet 2016]

- Mitchell T. (éd.) (2001), *Global Noise. Rap and Hip-Hop Outside the USA*, Middletown, Wesleyan University Press.
- Moore A. (2002), "Authenticity as authentication", *Popular Music*, vol. 21/2, p. 209-223.
- Rerat P. (2006), « Le rap des steppes : l'articulation entre logiques globales et particularités locales dans le *hip-hop* mongol », *Géographies et Cultures*, n° 59, p. 43-56.
- Rose T. (1994), *Black noise. Rap music and black culture in contemporary America*, Middletown, Wesleyan University Press.
- Sarig R. (2007), *Third Coast, Outkast, Timbaland and How Hip-Hop became a Southern Thing*, Cambridge, Da Capo Press.
- Sonnette M. (2013,) *Des manières critiques de faire du rap : pratiques artistiques, pratiques politiques. Contribution à une sociologie de l'engagement des artistes*, Thèse de doctorat sous la direction de Laurent Fleury et Bruno Péquignot, Université de Paris 3.
- Silver D., Clark T. N. et Navarro Yanes C. J. (2010), "Scenes : Social Context in an Age of Contingency", *Social Forces*, vol.88, n° 5, p. 2293-2324.
- Straw W. (1991), "System of Articulation and Logic of Change : Communities and Scenes in Popular Music", in *Cultural Studies*, 5 (3), p. 368-88.
- Tevanian P. (2009), « Les Bronzés font du Ch'ti. Entretien avec Dias et HK du MAP (Ministère des Affaires Populaires) », *Mouvements*, n° 57, vol. 1, p. 97-109.
- Vivant E. (2009), *Qu'est-ce que la ville créative ?* Paris, PUF.
- Woo B., Rennie J., et Poyntz S R. (2015), "Scene Thinking", *Cultural Studies*, Vol.29, Issue 3