

# “BLOGGEURS CONTRE PRESSE: UN DISCOURS DÉPASSÉ NON?”

LE 2 MARS 2011 EMGENIUS

Emgenius nous offre une réflexion sur la critique musicale à l'ère où les bloggeurs font concurrence à une profession qui avait l'habitude d'avoir un train d'avance afin de conditionner l'écoute de futurs fans.

Emgenius écrit pour **Benzinomag** et sur **Emgeniux Owni News**. Il est actif dans l'industrie des services mobiles depuis plus de 10 ans. Chargé de projets multimédias convergents – Chef de produit marketing – Mobile evangelist à ses heures chez **Mobile en France** et Geek le reste du temps. Eugenius est un grand fan de musique et de nouveautés technologiques, bref, le genre de passionnés qui nous passionnent chez OWNImusic.



Ok ça y est JD the DJ a réussi à me pourrir la journée. Enfin quand je dis la journée, j'exagère un peu... Que je vous explique:

## JD et moi

Dans une critique mi-figue mi-raison du dernier Radiohead, il signale au compte de l'album *the king of limbs* que « Radiohead frappe pour une fois là où on l'attend. Soit dans un registre psalmodies/incantations/ dissonances/arythmies/tachycardie déjà abordé ailleurs. Le tout en format court (huit titres) et produit par le fidèle Nigel Godrich, avec tous les espaces, dérèglements et rituels espérés, attendus ou redoutés ». Je résume, parce que JD fait beaucoup de blabla dans son article (vache t'as vu ma vanne ?).

Dans la mesure où la bande à Thom est un groupe dont depuis plusieurs années maintenant je loue plus la démarche artistico-marketing plus que réellement le résultat musical – qui a fini de me perdre dans les circonvolutions de leur esprit musical génial mais dénué de la moindre once d'affectivité de ce grand cœur qui est le mien depuis une trentaine d'année (en gros Radiohead parle désormais plus à mon cerveau qu'à mon cœur) -, je suis plutôt enclin à me ranger à l'avis de JD Beauvallet ce qu'une écoute rapide du dernier album semble confirmer. Que les choses soient claires d'emblée, comme ça j'évacue directement la querelle musicale éventuelle de cette diatribe.

**Dénigrer ou ne pas dénigrer les blogueurs, telle est la question.**

Dans les pages 4 et 5 de son long article (oui parce que maintenant dans les sites commerciaux on est obligé de séparer les longs articles en quatre à cinq pages pour augmenter le nombre de pages vues et enregistrer un plus grand nombre de recettes publicitaires) JD Beauvallet, qui est pourtant une personne de goût, démontre qu'il est devenu vieux. Enfin plutôt qu'il s'est rangé dans le camp du « old media », avec un air de ne pas y toucher (en gardant une certaine distance entre le propos énoncé, en parlant sans avoir l'air d'en faire partie de l'opposition entre l'internaute lambda et la presse installée. Le fameux « y'en a des qui » de nos cours de récré devenu argument de langage d'un article de presse.

Voici donc le « y'en a des qui trouvent que... » de JD the DJ :



***Avec Radiohead, le critique et l'internaute se retrouvent sur un pied d'égalité : tout le monde, en payant la même somme pour le même téléchargement, découvre en même temps la musique et les informations. Tous ont les mêmes oreilles, mais tous n'ont pas le même parcours, le même savoir s'insurgent ici et là les journalistes dépossédés. (...) Sur la critique d'un seul et unique disque, livré sans la moindre information supplémentaire à la presse, l'avis d'un internaute de Bourgneuf vaut celui du rédacteur en chef du NME ou d'un critique de Pitchfork.***



Ainsi donc certaines institutions de la presse musicale propre sur elle dont les Inrocks font ou ne font pas partie (ouais parce que monsieur Beauvallet entretient l'ambiguïté, le lectorat étant précieux et il faut bien le ménager) se sont senties humiliées de voir leurs prérogatives séculaires bafouées. Pas de CD-R, pas d'avance, pas d'écoute presse dans les locaux de la maison de disque, pas de dossier de presse qui résume ce que la presse d'ici et d'ailleurs a pensé de l'album, pas de moyen de se situer par avance par rapport aux confrères, pas de moyen de prévoir une couverture hebdomadaire bien aguicheuse, du genre de celle qui attire le chaland vers le kiosquier, rien... Pas même un peu d'avance par rapport à la plèbe, qui permette de signaler que « et chtoc, nous ne sommes pas du même monde toi public huissier et moi journaliste punk. Toi tu dois attendre la sortie officielle pour te forger un avis que je t'aurai prémâché. Moi je sais d'avance ce qui sera bon ou pas, et à fortiori bon pour toi ».

## **Quand Radiohead joue au chien dans un jeu de quilles**

Je sais ça fait mal. D'abord parce que Radiohead décide de ne pas jouer un jeu qui recommençait tout juste à se re-roder à l'ère numérique. Une ère où certes les voyages de presse aux frais de la maison de disque sont moins nombreux, mais où quand même à la faveur d'un lien en stream ou d'une écoute publique dans un café/salle de la région parisienne, la presse française peut gagner ce petit supplément d'avance qui leur fera gagner quelques places dans le référencement des sites par Google. Un jeu que maisons de disques et presse en ligne ont compris assez tardivement certes, mais des privilèges qu'ils ont réussi ensuite à bien utiliser (et je ne leur jette pas la pierre... combien sont-ils les blogs musicaux sur lesquels je tombe à la faveur d'une recherche qui se fendent d'un articlelet –artienculé- bidon annonçant tel ou tel album, juste pour que Google les remonte en page 1 sur la clé de recherche liée à l'album...). En fournissant le même matériel à tout le monde en même temps, le groupe a réussi à mettre tout le monde sur un pied d'égalité.



Une égalité qui pointe les limites du système de l'information musicale liée à l'économie. Ce faisant, le groupe ne donne pas plus la prééminence à un site professionnels, à des journalistes rémunérés pour écrire un papier qu'au péquin moyen de Chalmaison en Seine et Marne.

## **La presse musicale c'est le maaaal ;-)**

Normalement c'est là que moi blogueur j'y vais de mon discours sur la collusion publicitaire qui existe entre le journaliste payé pour critiquer un album, par des revenus publicitaires des maisons de disque et tourneurs qui annoncent sur leur site, là où un blogueur lambda sans publicité ne fait que relayer son sentiment profond, sans autre but que la beauté du geste et du partage. Je m'abstiens. Parce que je n'ai pas assez de place. Parce que je sais aussi que certains blogueurs musicaux sont devenus des quasi entreprises de production de contenu promotionnels et finissent par faire attention à ce qu'ils écrivent.

Il faut cependant noter que ce genre de vexations à priori, le grand public s'en branle. Le jeu de la prise d'avance de la presse tend même à le saouler. Combien de fois n'avons-nous pas été emballé par un article de Christophe Basterra dans Magic ! concernant un album... Avant de nous rendre compte qu'il faudra attendre près d'un mois pour l'écouter....

## **Blogueurs contre presse: un discours dépassé non?**

Or donc la question n'est pas tant de savoir si les inrocks, magic et autres rock and folk de notre paysage magazinesque français doivent pouvoir conserver le privilège de l'avance par rapport à la plèbe. En fait cette question sous-jacente me fait doucement rigoler. Franchement, c'est d'une naïveté sans nom que de penser que seul le jeu du « c'est moi qui l'ai écouté en premier et qui peut te mâcher le travail d'écoute » restera le modèle pour les années à venir. C'est soooooo nineties comme on dit sur le web. Dans un univers mondialisé par le web, où les décalages géographiques, horaires et la pluralité des supports musicaux sont devenus une évidence, il est ridicule de penser que le schéma Artiste > label > presse > public continuera bien longtemps à faire la loi.

Tous les amateurs de musique ont fini de recourir au seul CD, aux seuls MP3 pour creuser un genre particulier ou partir à la recherche d'artistes du même style que ceux d'une découverte qui nous a fait triper. On nous a donné le net, on a appris à aller nous servir nous-mêmes. On nous a donné Myspace, et pendant un temps on a même cru qu'allait s'y concentrer le bon grain et l'ivraie, mais en tout cas l'essentiel des contenus musicaux produits par une tripotée d'artistes répartis aux quatre coins du globe. Garder de l'avance, pour la presse traditionnelle, c'est avouer qu'on ne s'intéresse qu'au circuit officiel, à l'ancienne qui passe par le groupe, son manager, le directeur artistique d'un label, le directeur marketing, son attaché de presse, les inrocks puis la Fnac. Heureusement pour nous, cela fait longtemps que ce modèle a vécu. L'internaute est capable et a les outils pour aller seul vers une musique qui lui ressemble.

La question n'est même pas de savoir si les Inrocks, magic et autres rock and folk de notre paysage magazinesque français font du bon ou du mauvais travail. Si les blogueurs musicaux par contre ont moins de poids que JD ou n'importe lequel de ses sbires. Je ne m'étendrai pas sur les critiques à l'emporte pièces lues parfois sur le site des Inrocks au

sujet d'albums moins tête de gondole, rédigées par des journalistes pigistes ou stagiaires qui ont une connaissance au moins aussi parcellaire que moi de la musique. Quand je rédigeais ma première critique sur le web, Johanna n'était pas encore la journaliste efficace des Inrocks qu'elle est devenue...



La presse musicale fait-elle un meilleur travail de critique que mon pote de Bourgneuf. M'en tape. Déjà je trouve la fatuité des propos remontés par M. Beauvallet, vexant pour la plupart des blogueurs musicaux que je connais et respecte depuis des années pour la qualité de leur travail, et aussi parce que je pense que tous ces titres de presse ont fait et continuent à faire un travail d'abattage énorme. Bon ok, j'ai bien mon avis polémique sur la question d'ailleurs... En effet quand je tapote le nom d'un artiste sur le net, que je tombe sur un blog home made, il ne me faut que quelques lignes de lecture pour savoir si du fond à la forme l'avis de la personne qui l'a écrite m'intéresse ou est susceptible de m'apporter un supplément d'aide au choix. Une sélectivité que je n'ai parfois plus quand je passe dans le giron des « installés ». Parfois quand je finis une critique des Inrocks, je suis ultra déçu. Déçu de m'être fadé une critique longue que j'ai lue jusqu'à la fin, écrite par un gusse dont je me rends compte qu'il ne m'a pas donné un seul argument valable pour encenser ou détruire un album. Déçu parce que le mec qui l'écrit a une pire connaissance du groupe glosé que celle que je peux en avoir Et que j'ai tout lu à la seule raison que « attend c'est les Inrocks, je vais sûrement apprendre quelque chose ». Je préfère de loin trier vite fait auprès de quidams anonymes que je peux prendre ou zapper en fonction de ce qu'il m'apportent de la compréhension de l'album. En me demandant rarement à la fin, si l'avis que je viens de lire n'est pas aussi un peu biaisé par la collusion publicitaire entre le site et le label.

## De l'utilité des magazines musicaux en 2011

Non, la vraie question à se poser est: quel rôle le lecteur demande à ses magazines musicaux en 2011, à l'heure de la mondialisation des sources via le web, à l'heure aussi de la mise à disposition mondiale de la musique? La question est une fois de plus celle de la valeur du média face au monde.

Est-ce que je demande aux Inrocks de me fournir l'avis de ses pigistes sur un album écouté en amont ? Est-ce que je ne préfère pas plutôt à cette critique au kilomètre, calée aux sorties des labels, me rapprocher de l'avis circonstancié et long en bouche de mon pote **Benoît, Olivier**, des avis de **Mlle Edie**, parfois en décalage total avec la sacro sainte actualité ; ou des petites infos dispensées de ci de là par **@dissogirl** , **@JSZanchi** , **@Zikomagnes** , **@Co\_Sweuphoria** .... Autant de gens dont la géographie ou le cénacle

fréquenté, me parlent avec des mots qui me touchent plus que n'importe lequel des avis d'un des mecs qui a entendu tous les advance d'un même CD, été gratuitement à toutes les versions du concert du groupe chose à laquelle vu le prix demandé, je ne pourrai jamais mettre les pieds ? L'âge aussi que semble oublier le papier de Beauvallet. Je me souviens de l'anecdote du frangin découvrant Get Ready de New Order sans avoir jamais écouté une once de Substance et m'expliquant pourquoi c'était à ses yeux un album rock exceptionnel ? Faut-il connaître toute l'encyclopédie du Garage rock pour aimer les Strokes ? Faut-il parler de Colombier pour bien évoquer les arrangements d'Arnaud Fleurent Didier ?

Bullshit.



Le tout est d'être capable de fournir une information sensée sur un album. Sinon au plus grand nombre à tout le moins à ceux qui par affinités électives ont fait l'effort de lire la critique, parce que le sujet, la forme ou la manière utilisée pour le décrire me parle, m'évoque, me donne envie d'aller découvrir l'artiste. Le reste n'est que de l'astiquage de nougat, rendu privilégié par l'accès en amont à certains contenus.

En 2011 déjà, La vraie force des Inrocks, Magic, et consorts par rapport à la masse de blogueurs dont Pitchfork fit un jour partie, c'est leur nom. Le gage de qualité, la patente, la coloration esthétique ou politique. Plus que n'importe lequel de leurs articles. Et cette « hiérarchie » se duplique en interne. Une critique de miss Seban aura toujours moins de valeur à mes yeux qu'une critique de JD etc. Peu de ces médias le comprennent déjà, lancés dans la course au toujours plus tôt, au plus intello, au plus référencé, au plus démonstrateur de passe-droits.

Un jour, pour parler d'un album à sortir, ces médias installés, ces « old médias » comme on les appelle affectueusement entre nous, comprendront peut-être que leur destin véritable se situe plus dans la curation de contenu que dans la production kilométrique.

La curation ? mais siiii cette méthode qui consiste à collectionner, agencer et partager les contenus les plus intéressants (textes, images, vidéos, etc.) autour d'un même thème. Demain, les Inrocks, Magic, Rock and folk et les autres deviendront peut-être des e-documentalistes 2.0. c'est-à-dire des sortes de pères putatifs d'une armée de blogueurs, de vrais gens écoutant avec la seule arme de leur vraie oreille les productions musicales de mille lieux de la planète. Une revue de blogs patentée JD the DJ aura peut-être plus de valeur que son avis lui-même sur un album, certainement plus de valeur que celui du pigiste payé au lance-pierre par le label qui finance la page de pub.

Parce qu'ainsi le magazine sera capable de traiter un spectre plus large de création musicale que la seule routine des labels, parce qu'ainsi les papiers des « pontes » de ces médias acquerront une plus forte puissance, eux qui laisseront l'annonce, l'effet et le trivial aux blogueurs internautes (le son général, la date de sortie, le label, et la forme générale de l'album) et prendront tout le temps alloué à leur papier à l'explication personnelle, à ce que ça leur procure, ce que ça leur renouvelle etc. Une critique plus personnelle, moins informative, nourrie de l'âge, de l'expérience, et de l'aura du capitaine sur ses ouailles. Une valeur véritable que ne pourra jamais même tenter le blogueur influent depuis deux ans ou

le pigiste de la rédaction payé à faire mille choses dans une seule et même journée, forçat de rédaction précaire.

## Conclusion où on reparle un peu de Radiohead

Alors non, non, l'album de Radiohead ne me fait pas rêver du tout. Il est beau, bien torché et dans la droite ligne du précédent, ce qui est dommage pour un groupe qui a pris l'habitude de tout réinventer à chaque opus comme la bande à Thom Yorke. Reste qu'en mettant tout le monde sur un pied d'égalité il a au moins renouvelé ici le rapport de la critique musicale à son œuvre. Et permettre à des blogs de concurrencer le référencement des Inrocks sur le nom de l'album, moi dans l'absolu... ça me fait marrer. Rien que pour ça tiens, j'aime bien Radiohead ;-)

Denis Verloes

—

Article initialement publié sur: **Benzinemag**

Crédits photos flickr CC: **Rock Mixer, dwineberger, just.Luc, serjaocarvalho, unawares**

### ISATAGADA

le 2 mars 2011 - 18:04 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Ahhhhhh si seulement JD pouvait être mon père putatif :) Mais non, il aurait fallu que je naisse plus tard...*

*Bah, je crois que c'est pourtant le cas.*

*Isatagada. Blogueuse musicale*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE