



# LE BLUES DU CRITIQUE

Ils furent les jurés implacables d'une ère pré-*Nouvelle Star*. Écoutés, lus, respectés, craints, les critiques musicaux ont connu leur heure de gloire : qu'en reste-t-il ?

PAR HÉLÈNE COUTARD



Le 20 août dernier, il faisait 25 degrés à Paris, 30 à New York. Ce samedi, le monde s'était réveillé de bonne humeur : « This is joy, this is summer », chanterait-il justement. Après deux mois d'attente et de blagues répétitives sur Twitter, Frank Ocean avait décidé de livrer son nouvel album en plein milieu de l'après-midi, via iTunes pour 9,99 \$, sans plus de cérémonial que celui de laisser les 225 000

à 250 000 personnes qui le téléchargeraient dans la première semaine profiter de ce petit miracle de l'été indien. Joe Muggs ne savait pas encore qu'il recevrait un SMS à 8 h 30 dimanche matin, lui demandant de rédiger au plus vite une « critique de premières impressions » pour le *Guardian*. En fait, Joe dormait. À 9 h ce dimanche, le journaliste

achète l'album sur le site d'Apple et à 13 h, il met le point final à ses 6 000 signes. Deux heures plus tard, le *Guardian* présentait l'une des premières critiques disponibles en Europe. Pendant ce temps, le premier morceau de l'album, *Nikes*, affichait déjà près de 300 000 vues sur YouTube. Une course contre la montre à laquelle sont désormais contraints les critiques musicaux depuis que, de Beyoncé à Drake, les artistes se sont mis à sortir leurs albums sans prévenir

personne et donc sans laisser la primeur, autrefois de rigueur, aux journalistes. « J'ai beaucoup de collègues qui sont plutôt frustrés, raconte Joe. On doit toujours être prêts pour ces surprises, cela perturbe le processus classique et le travail quotidien, je comprends que cela puisse être irritant. » Aujourd'hui, Joe est préparé

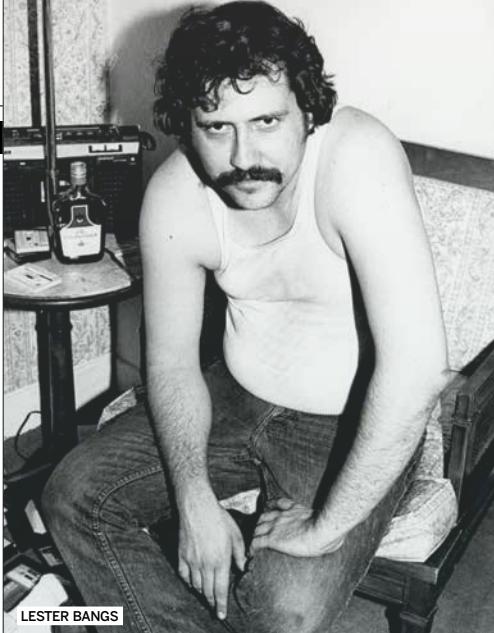
**“LES ARTISTES SE SONT MIS À SORTIR LEURS ALBUMS SANS PRÉVENIR PERSONNE”**

PHOTOS : GETTY IMAGES

à écrire plusieurs critiques: une première très vite, pour satisfaire la demande d'immédiateté, puis une deuxième, après plusieurs écoutes. Il y a quarante ans, Lester Bangs, journaliste mythique de *Rolling Stone* puis de *Cream*, n'en écrivait qu'une. Elle faisait généralement dix pages, était lue par des dizaines de milliers de personnes, débattue par autant, et se retrouvait publiée dans une anthologie dix ans plus tard. Le critique, lui, est cité dans une chanson des Ramones, et le premier texte de David Foster Wallace lui est dédicacé. Lester Bangs est mort d'une overdose médicamenteuse en 1982. Mais personne ne connaît la date de la mort de la critique musicale.

## LE MYTHE DE L'ÂGE D'OR

Bester Langs, lui, est bien vivant et s'appelle Thomas. Mais qu'importe, dans les pages de *Gonzaï*, le magazine qu'il a créé, il y a dix ans, c'est sous ce pseudo inspiré que les lecteurs reconnaissent une verve qui n'a rien à envier aux jours grognons de Lester. « Au départ, *Gonzaï*, c'est une blague entre potes qui voulaient se marrer en écrivant, tout en étant un peu pris au sérieux, raconte-t-il. Aujourd'hui, l'esprit n'a pas changé. On a juste un peu professionnalisé le tout mais je tiens à ce côté "amateur": ça permet d'éviter la routine et de devenir un connard de trentenaire blasé. » Une éthique que tout le monde ne partage pas forcément. Quand Ryan Schreiber, petit employé d'un magasin de disques de Minneapolis de 19 ans, décide de lancer un blog qui deviendra Pitchfork, s'attend-il à se transformer en un redoutable businessman de la critique notée sur 10? L'année dernière, Condé Nast, le groupe de presse qui dirige le *New Yorker* et *Vogue*, s'empare de Pitchfork pour un montant non divulgué. Mais qu'importe si la plupart des critiques n'ont jamais eu le centième de l'influence de Pitchfork – une exception dans le milieu –, la perspective de recevoir des disques gratuits continue de pousser des centaines d'adolescents dans une voix que l'on dit sans issue. « À cet âge, c'est un argument largement suffisant pour se lancer là-dedans!, confirme Nico Prat, qui a commencé à 13 ans. Dès le début, ce qui m'a plu, c'est la liberté de pouvoir tout faire. Quand j'écrivais mes premiers papiers, je ne prétendais pas inventer quoi que ce soit, c'était



LESTER BANGS



NICO PRAT



RYAN SCHREIBER



MATHIAS KUSNIERZ

comme un monde à conquérir, un monde rempli de disques et de salles de concerts. » Depuis, le journaliste est passé par *Rock&Folk*, France 4, *Snatch*, *Voxpop*, *Technikart*, *Le Mouv'* et reconnaît être un « privilégié » puisqu'il en vit. « La précarité a toujours été la norme, regrette Jean-Yves Leloup, dont les débuts remontent aux années 90. Les seules bonnes conditions dans lesquelles j'ai travaillé et été rétribué, c'était pour *Actuel*, un mensuel qui, à l'époque, vendait près de 70 000 exemplaires et profitait de la publicité pour l'alcool et le tabac. » Il assure qu'il n'a « pas connu d'âge d'or ». Car en France – un pays où « il est moins facile de gagner sa vie en tant que journaliste musical que dans les pays anglo-saxons car on s'adresse à un public moins large » et où les quelques élus « n'ont pas la même aura » –, il n'a jamais existé. N'en déplaise à Patrick Eudeline, dandy devant l'éternel que l'on imagine bien comptant ses paires de boots dans son appartement de Barbès alors que sa plume se fait rare. « D'ailleurs, ajoute Nico Prat, la vie de Lester Bangs était fascinante, mais elle l'était grâce aux artistes qu'il côtoyait. Si tu les enlèves de l'histoire, il reste un gros branleur et une machine à écrire en colocation dans un taudis. »

## LE FOMO MUSICAL

Et si le mythe du critique respecté depuis sa tour d'ivoire s'effondre, ce n'est pas seulement la faute de l'industrie du disque ou des artistes qui ont pris l'habitude de s'adresser directement à leur public via les réseaux sociaux. « La presse reste un relais essentiel pour faire émerger les nouveaux talents, admet Jérôme Ghern du label Roy Music, mais combien de fois ai-je vu dans des magazines des petits groupes de Brooklyn portés aux nues et dont plus personne ne parle six mois plus tard alors que des artistes locaux qui n'ont pas moins de talent peinent à se faire connaître? » Une crise d'hystérie de la presse qu'a aussi relevée Nico Prat: « Quand ils se tournent vers les découvertes, les médias ont peur de rater le coche et mettent tout et n'importe quoi en avant. S'ils écrivent trois lignes sur un groupe de psyché du Poitou et que trois ans plus tard, il sort un single sur bandcamp, ils revendiqueront une paternité! » Et si c'était aussi, un peu, les musiciens qui faisaient le journalisme musical? « Le rock n'est plus aussi contre-culturel qu'auparavant, analyse



Mathias Kusnierz, longtemps amateur consentant avant de travailler chez Voxpop ou *Chronic'Art*. Ce côté underground a beaucoup joué sur l'aura des critiques : ils étaient moins nombreux, leurs avis étaient plus attendus, ce qui leur donnait un pouvoir symbolique sur la vie des groupes. Aujourd'hui, c'est cool d'écrire sur la Fat White Family, mais ce n'est pas tout à fait la même chose que d'écrire sur le Velvet de la fin des années 60.»

## BLOGUEURS PARTOUT, DÉCOUVERTES NULLE PART

Comme tous les ans, le dernier week-end d'août, les allées du festival parisien *Rock En Seine* sont le lieu inédit de rencontre d'une presse professionnelle et amateurs. Les uns se hâtent pour leurs interviews de l'après-midi, ont des horaires de rendu nocturne et tapent la bise aux attachés de presse vieillissants. Les autres, généralement plus excités, descendant une bière au soleil avant de mettre leurs cœurs dans une critique de concert vu depuis le cinquième rang agité de la fosse. On appelle cela la concurrence. « Ça m'est arrivé de rencontrer

des critiques très fermés qui te prenaient pour un con quand tu ne partageais pas leurs avis », se souvient Mathias. Si le blogueur a la réputation d'être plus "cool", leur nombre s'est multiplié ces cinq dernières années. Par dix. « Le pro tient surtout sa légitimité du support qui l'emploie, relativise Adrien Toffolet, ex-Voxpop, ex-DumDum et aujourd'hui journaliste chez *Jazz News*.

## “BEAUCOUP PRÉFÉRENT PROFITER DES TRENDING TOPICS POUR FAIRE DU CLIC”

Mais cette légitimité est perdue parce que tous les avis sont accessibles sur Internet. Le journaliste n'a plus de rôle prescripteur. La seule différence, c'est que les rédacteurs ont plus d'opportunités auprès des labels et des artistes que les blogueurs.» Plus d'opportunités, mais moins de qualité. Car aujourd'hui, quand les musiciens mainstream ont envie de parler, ils parlent à leurs fans. Vont sur des talk-shows, font des Q&A sur Reddit, s'énervent sur Twitter

ou accordent des entretiens, sept minutes montre en main, qui se ressemblent tous, à la crème de la presse musicale du siècle dernier. « C'est dommage de retrouver parfois des copiés collés des communiqués que nous envoyons à la presse dans des articles, regrette Jérôme de Roy Music, même si, soyons honnête, il vaut mieux ça qu'un mauvais papier.» En 2016, plus facile d'obtenir une interview du Président que de Julian Casablancas. Sur l'herbe brûlée de *Rock en Seine*, les questions se posent tout bas : les blogueurs, concurrence déloyale ou belle occasion d'ouvrir le débat ? « Le problème, c'est que le Web français s'est paradoxalement embourgeoisé, regrette Bester Langs. Beaucoup préfèrent profiter des trending topics pour faire du clic plutôt que de se creuser la tête, faute de temps, faute de moyens. Du coup, l'offre devient médiocre et phagocytée par tous les tics de la vieille presse.» Soupirant une dernière fois, il ajoute : « La mort de Bowie sera toujours plus partagée que le premier album d'Adrien Soleiman.» Puis, relevant les yeux subitement, le naturel revient au galop : « D'ailleurs, il est vachement bien !»



## LIKE A ROLLING STONE

*Toutes ces fois où le magazine américain a bien fait de se mêler d'autre chose que de musique.*



### L'INTERVIEW D'EL CHAPO

Quelques jours après la capture d'El Chapo, *Rolling Stone* publie un papier de Sean Penn sur sa rencontre secrète de sept heures avec le baron de la drogue pour préparer un film sur sa vie, «la première (interview) jamais donnée hors d'une salle d'interrogatoire». Rencontre qui aurait accéléré son arrestation.



### IMMERSION CHEZ LES MARINES EN IRAK

En 2003, le reporter Evan Wright passe deux mois au sein du Premier Bataillon de Reconnaissance des Marines, lors de l'invasion d'Irak. Il en tire un article en trois parties puis un livre *Generation Kill*, paru en 2004. David Simon (*The Wire*) adaptera le livre en minisérie quatre ans plus tard.



### LE ROI DU GONZO

Au début des années 70, Hunter S. Thompson (devenu officiellement le nom le plus cité comme « modèle » par les aspirants journalistes) publie *Fear and Loathing in Las Vegas* (*Las Vegas Parano*) dans lequel il observe la contre-culture américaine et entérine une nouvelle façon de faire du reportage.