

Dossier de sociologie

L'influence de la critique musicale sur internet

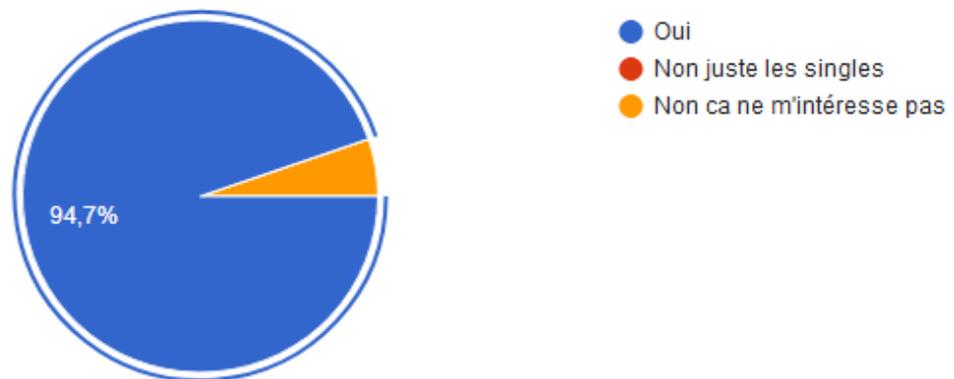
Avant l'émergence du web, la critique musicale était réservée à un groupe de personnes réduits, c'est-à-dire les personnes qui font eux-mêmes de la musique et les journalistes musicaux qui sont les plus qualifiés pour comprendre la musique en question et la vulgariser pour le grand public. C'était les seuls avis auquel nous avons accès donc la vision du public et par extension, la réussite commerciale d'un disque dépendait beaucoup de l'avis positif ou négatif de ces personnes. Des magazines comme *Rolling Stone* avec leurs critiques et les personnes qu'ils décidaient de mettre en couverture a beaucoup contribué à populariser dans les 1970 jusqu'au début des années 2000 de nombreux artistes pop et rock. Dans le genre Hip-hop, on peut penser au célèbre magazine *The Source* qui avec sa rubrique *Record Report* dans laquelle des journalistes notent des albums avec le système de notation entre *un mic* et *cinq mics* à la place des étoiles classiques, est devenu célèbre car elle a permis de découvrir et de mettre en valeur de nombreux classiques fondateurs de la musique Hip-Hop. En France, on peut penser bien sûr directement au magazine *Les Inrocks*, qui est toujours une référence forte. Mais avec l'arrivée du web, des multiples services de streaming, de Youtube et les leaks de plus en plus nombreux de musique, la critique musicale a forcément beaucoup moins d'influence que par le passé, les gens peuvent désormais une riche culture musicale à moindre coût, et donner leur avis à travers un blog ou une autre plateforme. Nous allons analyser le sujet à travers la problématique suivante : La critique musicale a-t-elle su s'adapter au format du web ? Dans cette étude, nous allons étudier dans une première partie comment la critique musicale a évolué avec la nouvelle consommation de la musique et les nouvelles exigences qui en découlent, puis dans une deuxième partie, nous allons voir comment les consommateurs eux-mêmes ont redéfinis la critique musicale sur le web et enfin dans une troisième partie, nous allons voir comment le grand public est réceptif aujourd'hui à la critique musicale.

La presse musicale, comme tous les autres types de presse, a dû effectuer une transition numérique pour ne pas être vite dépasser. Il a fallu s'adapter au style d'internet. Auparavant la critique pouvait être une sorte d'essai où le critique allait au-delà de la simple critique musicale et délivrait un message sur la société. On peut prendre l'exemple d'un critique comme Lester Bangs¹, qui dans ces critiques dans le magazine Rolling Stone dans les années 70, avait un style particulièrement narratif, détaillé et engagé. On peut dire qu'aujourd'hui, sur internet pour intéresser une personne lambda, il faut quelque chose qui accroche tout de suite et la critique longue n'est donc plus quelque chose qui marche comme le dit Azzedine Fall, chef de rubrique des Inrockuptibles : « *La critique est trop rébarbative et laisse peu de place pour l'expression.* » on estime qu'une critique musicale écrite avant le web (indépendamment de la langue) faisait environ 10 000 signes. Aujourd'hui les chroniques font autour des 900 signes. Cela découle du fait que les rédactions misent beaucoup plus aujourd'hui sur des entretiens avec les artistes directement que sur la critique. Le ressenti personnel du critique est donc mis sur le côté pour un format beaucoup plus propice à la promotion. Le changement d'habitude d'écoute des consommateurs peut être aussi mis en cause, on estime aujourd'hui que de nombreux jeunes ne sont plus intéressés par les albums comme le dit également Azzedine Fall : « *La chronique d'album, c'est un peu fini, il y a plus d'audience sur un single ou une vidéo. On s'aperçoit que les lecteurs ont plus de mal à rencontrer les albums, et accordent peu de temps à l'écoute. Un morceau, c'est quatre minutes ; un album, une heure.* » On retrouve bien là une des conséquences du web, tout doit aller très vite, il est plus facile de créer un article rapidement sur un morceau de quatre minutes que sur un album d'une heure, il y a moins de réflexions à développer. Néanmoins, ce constat n'est pas tout à fait vrai puisque sur le sondage réalisé pour ce dossier sur une population d'étudiants entre 18 et 25 ans, 94,7% d'entre eux écoutent toujours des albums.

1 <https://www.rollingstone.com/contributor/lester-bangs?page=2>

Écoutez vous encore des albums?

19 réponses



On se rend compte qu'il y a une différence entre ce que les rédactions pensent et ce que la jeunesse fait réellement. La consommation de la musique fait qu'actuellement on peut écouter un album dès sa sortie en même temps que la presse. Le ressenti n'est donc plus vraiment ce que les lecteurs mais plutôt une source de savoir en plus, quel est l'inspiration derrière l'album, comment il a été enregistré etc... C'est ce que confirme Patrice Bardot rédacteur en chef du site Tsugi : « *La chronique a beaucoup évolué via Internet. Tout le monde peut se rendre compte d'un disque en temps réel. Mais les gens ont quand même besoin d'une sorte de guide, de posséder certaines clefs afin de mieux comprendre les disques. [...] La chronique a-t-elle sa place sur Internet ? Les articles intelligents ne fonctionnent pas sur Internet. Mais doit-on faire Internet avec ce qui fonctionne ?* »

Si sa position peut paraître un peu extrême notamment vis-à-vis des articles intelligents sur internet, il souligne bien le fait que les personnes aujourd'hui recherchent surtout plus de savoir sur la musique que la musique en elle-même vu qu'ils y ont accès en illimité. On se rend que le privilège qu'avait les journaux musicaux auparavant n'existe plus, ils n'ont plus la même influence car tout le monde peut désormais juger de la qualité d'une musique par soi-même, selon ces goûts et n'a pas besoin d'une autorité pour lui dire que ce qu'il écoute est bon ou pas. Désormais avec internet, les consommateurs de

musique ont leurs avis et peuvent le diffuser de plusieurs manières, ce qui redistribue totalement les cartes de la promotion musicale.

Aujourd'hui comme pour de nombreux centres d'intérêts et loisirs, il existe de nombreux blogs qui traitent de musique et de critique musicale. Pour l'étude des blogs écrits, je vais prendre l'exemple de Steevy qui gère le site Musicfeelings² car c'est celui pour moi qui reflète le plus le changement de pouvoir de la critique musicale. Steevy est un passionné de musique de 28 ans qui se sert de son site pour transmettre sa passion de la musique au plus grand nombre. Il est une référence francophone en terme de critique musicale de ce qu'on appelle en France la « musique urbaine ».

Musicfeelings est un blog musical d'opinions. Il est centré autour des artistes R'n'B, Soul, Rap mais aussi des artistes Pop et indépendants. Depuis la création du blog en 2012 il a écrit plus de 20.000 articles et a été lu plus de 10 millions de fois. Il est suivi par environ 38 000 personnes sur Facebook et publie donc des billets d'humeurs selon l'actualité du moment. Ce qui fait la force de son blog, ce sont deux rubriques bien spécifiques à savoir la rubrique *Chroniques*³ où il fait des critiques d'albums longue et détaillé selon l'artiste, la qualité de l'album et la stratégie de promotion, nous y reviendrons. La rubrique la plus importante est celle des *Dossiers/Focus*⁴ où il décrypte les carrières des artistes, leurs erreurs, leurs points forts. On peut prendre par exemple son focus sur la carrière de Justin Timberlake ou sur la carrière de Bob Dylan et son engagement pour la cause noire⁵ notamment. Son blog est reconnu et respecté au point que cela lui a ouvert de nombreuses portes. Il a été cité par des dizaines de magazines, Gala, Les Inrocks, L'express, Rolling Stone, et des centaines d'autres gros sites français ont repris ses analyses en le citant. Il a ensuite été contacté par plusieurs labels et pendant 2 ans, Il a été payé à faire des stratégies digitales pour des artistes. Il a quitté ce milieu en 2017 pour être dans la télévision aujourd'hui, mais toujours dans la stratégie digitale. Il se rend donc compte que le rapport de force a changé aujourd'hui. Des passionnés peuvent devenir aussi influent que les magazines d'autrefois et avoir même des postes avec les labels de musique pour comprendre comment promouvoir la

² <http://www.musicfeelings.net/>

³ <http://www.musicfeelings.net/category/chroniques-rb-nu-soul-soul-neo-soul/>

⁴ <http://www.musicfeelings.net/category/analyses-sur-la-soul-et-le-rb-francais/>

⁵ <http://www.musicfeelings.net/2016/08/dossier-bob-dylan-icone-anti-racisme-defenseur-acharne-de-cause-noire/>

musique dans une ère où les anciens codes sont en train de s'effacer. Le pouvoir de promouvoir la musique passe désormais par des personnes avec les consommateurs ont un affect, pour qui leurs avis comptent. Si le blog est une des manières de faire, le format vidéo de la critique musicale a aussi de l'importance et le meilleur exemple pour l'illustrer est celui de Anthony Fantano. Il s'agit d'un youtuber américain qui examine des genres divers tels que le rock, la pop, électronique, le métal, le hip hop et la musique expérimentale. Il a commencé son blog en 2007, et les chroniques vidéos en Février 2009. Il se définit comme "the internet's busiest music nerd,"⁶ sous entendu le critique le plus occupé d'internet. Et son surnom est justifié puisqu'il critique environ vingt albums par mois en plus de quelques vidéos sur l'actualité musicale. Depuis 2009, il a créé 2164 vidéos sur sa chaîne, ce qui fait environ 5 ou 6 vidéos par semaine. Il possède 1 284 387 abonnés et cumule 305 569 077 vues depuis le début de sa chaîne. Il possède lui aussi une grande influence et est cité par certains artistes. Mais sa force reste son interaction avec son public, notamment à travers sa série de vidéos Let's Argue où il peut échanger et répondre avec ses abonnés à des questions sur la musique ou à des opinions polémiques. Ses fans participent à sa célébrité sur internet puisque Anthony Fantano fait l'objet de nombreux memes lié à son activité de critique⁷. Il y a par exemple une image accroupie de lui que les internautes mélangent à des couvertures d'albums pour l'effet comique ou créer des anagrammes avec son nom et ceux des artistes qu'il critique pour créer un son particulier, c'est d'ailleurs une idée qu'il a repris à son compte au début de chaque vidéo de critique, il prononce son nom d'une différente façon avec un effet audio. Fantano vit bien de ces critiques grâce à son style et à ses fans engagés. Ainsi on voit bien que la critique musicale sur internet s'est développée à tel point qu'elle a désormais énormément d'influence à la fois sur les consommateurs de musique mais également sur l'industrie en elle-même. Une personne qui écrit ou qui fait des vidéos sur la musique à désormais plus de valeur si elle a une audience forte qu'un magazine spécialisé car comme on fait confiance à un ami qui a les mêmes goûts que nous, quand on suit une personne qui a travers un blog ou des vidéos partagent notre vision, on aura également envie de lui faire confiance et d'aller écouter ce qu'il nous propose. C'est la définition de la nouvelle critique musicale sur internet. Maintenant que nous nous sommes

⁶ <https://www.spin.com/featured/anthony-fantano-the-needle-drop-profile-interview/>

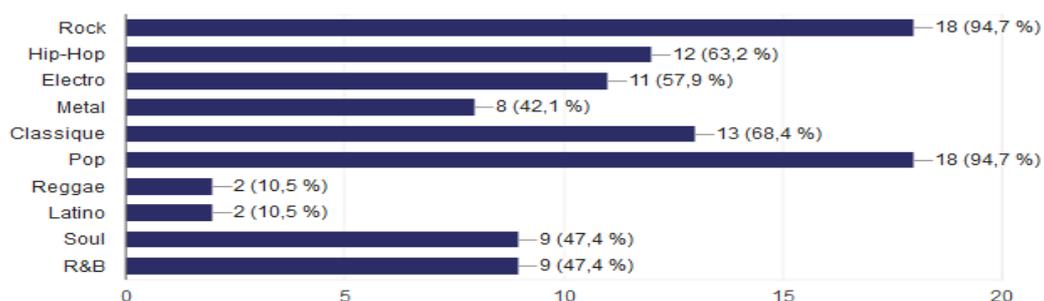
⁷ <http://knowyourmeme.com/memes/people/anthony-fantano>

intéressés à l'ancienne et à la nouvelle critique musicale sur internet. Il est temps de nous pencher plus en profondeur sur le ressenti des consommateurs vis-à-vis de ses différents avis qu'il a à disposition.

Pour ce dossier, j'ai réalisé un sondage sur ma communauté Facebook pour m'aider à voir les tendances de ce groupe de personnes par rapport à mon sujet. 19 personnes ont répondu à mon sondage et surtout des personnes issues de la formation CMW. Il est important de souligner que sur ces 19 personnes 89,5% (17) sont des femmes et 10,5% (2) sont des hommes et 89,5% d'entre eux ont entre 18 et 25 ans. Le défaut de ce sondage est donc que la partie de la population qui a la trentaine et qui a donc connu une façon complètement différente de consommer la musique et l'influence des médias sur la consommation de celle-ci n'est pas représenté. Les personnes qui représentent ce sondage sont donc en majorité des femmes connectés et très consommatrice de musique puisque 73,7 % d'entre elles écoutent de la musique tous les jours très régulièrement contre 21,1% une fois par jour. J'avais ensuite besoin de déterminer plus spécifiquement leur rapport à la musique, à la question « Avez-vous déjà pratiqué de la musique de quelque façon que ce soit ? » on se rend compte que la musique est une partie importante de leur vie puisque 73,3% d'entre eux ont répondu positivement à la question. C'est donc un groupe pour lequel la musique n'est pas un loisir passif (l'écoute) c'est aussi un loisir actif. La suite logique était de savoir quels types de musiques ils écoutaient. J'ai créé dans mon sondage une liste qui se voulait être la plus éclectique possible et c'était nécessaire car les réponses sont partagés :

Quels Types de musiques écoutez-vous?

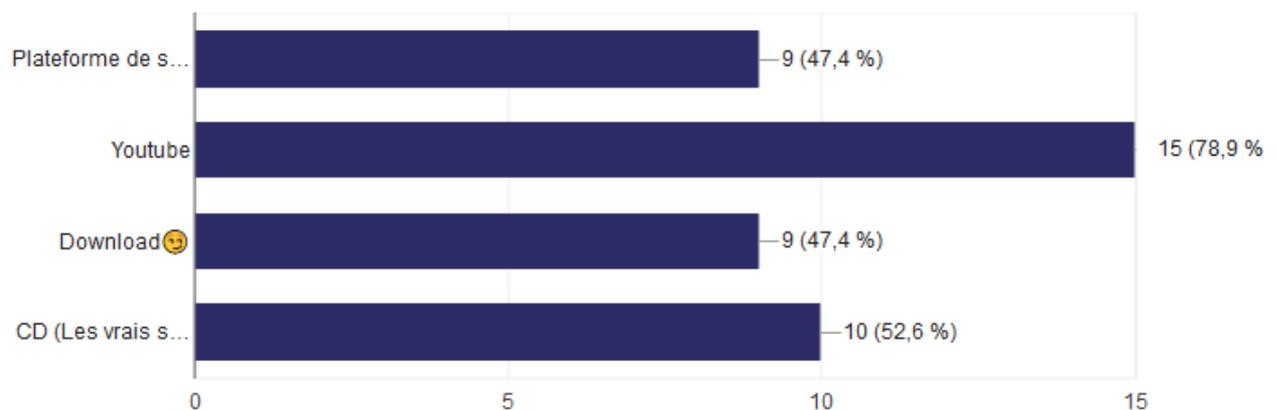
19 réponses



Comme on le voit, les goûts musicaux sont divers et variés. La tendance qu'on peut dégager de ce sondage est que le Rock et le Pop sont les deux styles musicaux les plus privilégiés avec 94,7% des personnes qui l'ont choisi. Cela met en évidence le fait que la jeune génération, grâce au catalogue à disposition sur internet, peut écouter de nombreux types de musiques et s'enrichir musicalement. Il était ensuite intéressant de savoir par quels moyens s'écouter la musique aujourd'hui :

Comment écoutez-vous votre musique?

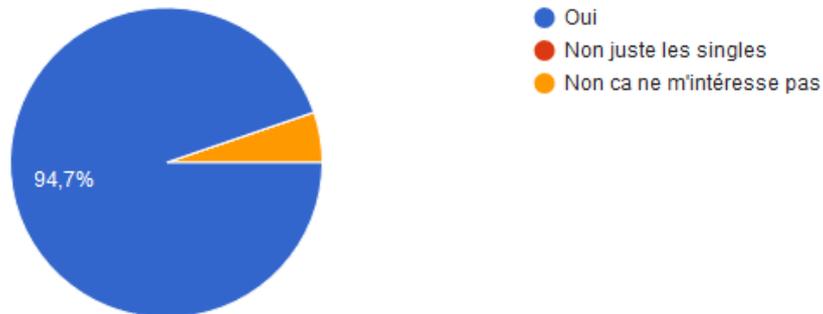
19 réponses



On voit que Youtube domine largement, la plateforme de vidéos est très utilisée pour la musique, en témoigne les nombreux records d'écoutes, comme pour *Despacito*. Elle reste plus pratique que les autres services de streaming. Ce qui est intéressant, c'est l'utilisation du CD par 52,6% du panel. Ce format est condamné pour la plupart des spécialistes mais il garde toujours une fanbase pour ceux qui l'ont connu tout comme le vinyle. Les formats comme le streaming ou le téléchargement(légal) de musique restent tout de même les piliers à l'ère de la musique numérique. Avant de passer véritablement dans mon sujet j'ai posé la question par rapport au format de musique qu'ils écoutent. J'entends par cela s'il n'écoute que les singles qui passent à la radio ou alors les albums des artistes :

Écoutez vous encore des albums?

19 réponses



A ma grande surprise, la grande majorité écoute toujours des albums alors que l'industrie musicale est beaucoup plus portée sur les singles désormais. Maintenant que leurs goûts et pratiques vis-à-vis de la musique ont été déterminé, nous pouvons nous intéresser plus particulièrement au vif du sujet. Je leur ai donc demandé s'ils allaient sur des blogs spécialisés dans la musique qu'ils aimaient, la réponse a été négative a 84,2%. Néanmoins ceux qui ont répondu positivement avait la possibilité de citer leurs sites préférés et il avait des résultats très éclectique une fois encore avec des sites comme Le Drone⁸, Pitchfork⁹ un site américain qui est devenu une référence de l'actualité musicale sur internet, Greenroom¹⁰, Resident Advisor¹¹ et bien sûr Les Inrocks¹². Malgré tout, sur le panel, on se rend compte que l'influence des sites ou blogs musicaux n'est pas très grande puisque 68,4% d'entre eux n'ont rien découvert comme albums ou artistes grâce à ces sites. La découverte se fait surtout selon les recommandations des services de streaming comme Youtube et Spotify. Cela corrèle avec le résultat qui montrait que Youtube était la plateforme d'écoute la plus utilisé et la plus influente. Paradoxalement, il n'y a que 31,6% des personnes du panel qui ont déjà regardé une réaction ou une critique de musique sur Youtube. On voit donc clairement qu'il y a une partie de la génération d'internet qui se

⁸ <https://le-drone.com/>

⁹ <https://pitchfork.com/>

¹⁰ www.greenroom.fr/

¹¹ <https://www.residentadvisor.net/>

¹² <https://www.lesinrocks.com/>

désintéresse du format de la critique musicale. L'aura des critiques musicales traditionnelles reste car 89,5% du panel estime qu'Internet n'a pas fait perdre à la critique musicale classique (ex : Inrocks, Rolling Stone) sa valeur même leur influence s'est forcément amoindri puisque 89,5% du panel ne lit pas une critique avant d'acheter de la musique. Le rôle des influenceurs joue beaucoup dans ce domaine car 68,4% du panel a tendance à plus faire confiance à un blogueur dont les goûts leurs ressemblent plutôt qu'à un site spécialisé type les Inrocks. C'est aussi ça qui cause la disparition de la critique, c'est que les personnes sont désormais plus attentives à leurs émotions qu'à la qualité factuelle. Mais la démarche d'exprimer ses goûts musicaux a diminué puisque 78,9 % du panel n'a jamais ressenti l'envie de donner votre propre avis à travers un média(site,vidéo). C'est intéressant de constater qu'au contraire la critique cinématographique est désormais partout sur internet. Le web est le monde des images et c'est sans doute pour cela que la critique musicale a ce retard malgré le fait qu'on écoute à l'heure actuelle de la musique comme jamais auparavant.

Pour conclure, la critique musicale a sa place sur internet grâce à de nouveaux formats qui commencent à s'installer et à avoir du succès. Mais elle est, malgré tout une forme de critique minoritaire par rapport au succès de son art. Elle n'a pas encore su tout à fait s'adapter au web, car la consommation de la musique a évolué et les moyens de la promouvoir sont, encore aujourd'hui, flous.

Annexe

Bibliographie :

- [Musiques numériques. Essai sur la vie nomade de la musique - Joseph Ghosn - Google Livres](#)

Webographie :

- [Le Web a-t-il tué la critique musicale ? L'Obs](#)
- [Situation critique pour les magazines musicaux | Slate.fr](#)
- [La critique musicale sur internet : mon sondage](#)