



HAL
open science

Making tiny changes : les dynamiques énonciatives en tension entre la presse musicale et les nouveaux médias numériques, le cas de Gold Flake Paint

Mathilde Meunier

► **To cite this version:**

Mathilde Meunier. Making tiny changes : les dynamiques énonciatives en tension entre la presse musicale et les nouveaux médias numériques, le cas de Gold Flake Paint. Sciences de l'information et de la communication. 2019. dumas-02569545

HAL Id: dumas-02569545

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02569545v1>

Submitted on 11 May 2020

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.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Management et culture

Option : Magistère, management et culture

Making tiny changes

Les dynamiques énonciatives en tension entre la presse musicale
et les nouveaux médias numériques, le cas de Gold Flake Paint

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Romain Vindevoghel

Nom, prénom : MEUNIER Mathilde

Promotion : 2018-2019

Soutenu le : 19/11/2019

Mention du mémoire : Très bien

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier Romain Vindevoghel pour son suivi attentif et son intérêt sincère pour ce mémoire, pour sa patience infinie et ses précieux conseils dans les moments de doute, pour ses critiques toujours bienveillantes et ses retours invariablement exigeants.

Je souhaite aussi remercier Jean-Philippe Aline de m'avoir ouvert la porte de l'industrie musicale et de m'y avoir accueillie, de m'avoir permis de décaler mon regard quand il le fallait et d'avoir nourri ma réflexion de façon subtile et experte.

Je remercie également Tom Johnson pour sa confiance et d'avoir accepté que je partage dans ce mémoire le fruit de son travail, sans lequel le mien n'existerait pas.

Un grand merci également aux équipes pédagogiques qui m'ont suivie et soutenue tout au long de ma scolarité au Celsa dont ce mémoire est un aboutissement à la fois laborieux et gratifiant.

SOMMAIRE

Introduction	7
I. Transformation : hybridation des formats et geste énonciatif	12
A) Du web au papier, une énonciation inchangée ?	13
1) Le discours de la transformation	14
2) Les échos sémiotiques de la mise en page	22
3) Énoncer la continuité pour éviter la rupture	28
B) La presse musicale alternative, la presse indépendante et les nouvelles technologies de l'information et de la communication	34
1) Fanzines, blogs, magazines : le spectre formel de la publication musicale	35
2) Le discours de l'authenticité dans la presse musicale écrite et informatisée	43
3) Usages et imaginaires d'écriture et de lecture de la presse musicale	48
C) Les défis du renouvellement profond de la presse musicale	52
1) La dynamique des groupes de presse et la logique commerciale, une norme dépassée ?.....	52
2) Les nouveaux formats des magazines indépendants dynamisés par internet	54
3) La spécialisation éditoriale et la stratégie de niche dans la presse musicale	59
II. Le blogueur amateur face aux contraintes et caractéristiques du format magazine	61
A) Amateurs, journalistes, professionnels : rôles et postures énonciatifs	63
1) Le positionnement de celui qui aime	64
2) Le positionnement de celui qui n'est pas professionnel	66
3) L'imaginaire du <i>rock critic</i>	68
B) La question économique et le positionnement indépendant	71
1) Les outils du <i>crowdfunding</i>	72
2) La logique d'abonnement	76

3) L'éditorialisation de la publicité	78
C) Les processus d'anthropomorphisation et d'identification, une poétique de l'attachement	81
1) Les figures de la prescription	82
2) La confusion entre les formats blog et magazine	84
3) La confusion entre la personne et le collectif	85
4) La confusion entre l'objet et la personne	87
Conclusion	88
Bibliographie	93
Annexes	95
Résumé et mots-clés	133

Le projet de ce mémoire est né de plusieurs moments, de plusieurs endroits et de plusieurs envies. Il s'appuie d'abord et avant tout sur un goût prononcé pour la musique, et particulièrement le rock indépendant. De ce goût s'est développé un intérêt certain pour la presse spécialisée, en l'occurrence musicale, et pour les blogs spécialisés dans la musique. Cela m'a aussi conduit à construire mon cursus autour de l'industrie musicale dès l'entretien de motivation, puis non seulement par les travaux académiques réalisés au Celsa dès que cela a été possible mais aussi au travers des stages effectués tout au long de ma scolarité. Contributrice pour un webzine musical depuis mai 2015, j'ai approfondi ma réflexion sur les blogs et leur influence lors de mon échange universitaire à Montréal au second semestre 2018. Il semble que le sujet n'a pas quitté mon esprit depuis mon retour en France et lorsqu'il a fallu réfléchir à un sujet de mémoire, il me paraissait aller de soi d'utiliser cette convergence d'intérêts et recherches. Lors des premières rencontres exploratoires avec mon tuteur académique, un exemple ne cessait de revenir : Gold Flake Paint, un blog musical britannique que je suivais depuis quelques années déjà, qui a en partie cessé son activité digitale en 2018 pour se lancer dans l'aventure de l'imprimé avec un magazine musical, publié et distribué de manière indépendante.

Cette transformation me semblait aller à l'encontre de ce qu'il pouvait se passer au regard des changements qui peuvent être observés dans la presse spécialisée d'une part et dans le milieu de la musique de l'autre. Il semble que la tendance soit plutôt à la digitalisation des supports qu'au retour à la matérialité et à l'objet. De nombreuses questions ont émergé de ces observations et paraissaient être un terrain intéressant et fertile pour un travail de recherche. Avec ce sujet, je souhaitais aborder les tensions qui peuvent exister entre les médias¹ imprimés, digitaux et au sein de ceux qui existent dans les deux formes. La musique, et en particulier le rock indépendant, m'a permis de trouver un angle, une porte d'entrée dans le sujet et de restreindre mon approche tout en nourrissant la réflexion au travers des caractéristiques qui leur sont propres. Il s'agissait ensuite de choisir quelle phase de la transformation de Gold Flake Paint privilégier : le blog, son développement ou

¹ Le terme "médias" est ici entendu comme l'ensemble des moyens de communication et de diffusion massives de l'information. Les médias de masse peuvent être divisés en sous-groupes plus ou moins homogènes comme la presse, la radio, la télévision, le cinéma, etc. J'utiliserai plus loin le terme *medium* (*media* au pluriel) pour désigner les moyens techniques de transmission d'un message, dans le sens de support de l'information.

sa fin, le magazine, ou le moment de bascule entre les deux objets. C'est la dernière option qui l'a emporté car elle faisait surgir les questionnements et les enjeux qui me semblaient les plus intéressants au regard de l'énonciation et des prétentions communicationnelles qui en résultent.

Les premières pistes que j'ai pu explorer pour entrer dans le sujet ont porté la réflexion sur la notion d'authenticité qui se construit dans le discours d'un média ; et sa continuité possible dans le discours d'un média qui passe d'un support digital et d'une énonciation personnelle à un support imprimé régi par un certain nombre de contraintes d'une forme institutionnalisée dans la mesure où elle se doit de répondre à certaines conventions. La notion d'authenticité que je mobiliserai au prisme du discours se définit comme la qualité de ce qui est vrai, sincère dans la mesure où elle est l'expression de pensées et de sentiments véritables. Elle ne pourrait dès lors pas être controversée car elle traduirait une valeur profonde dans laquelle un énonciateur s'engage et exprime sa personnalité. Au fil des lectures académiques et des premières analyses exploratoires du blog et du premier numéro du magazine sorti en octobre 2018, est venue la question de comment traiter la transition entre les deux objets. D'un côté le blog peut être défini comme un *medium* d'expression personnelle se rapprochant de la forme du journal intime en s'organisant comme une suite de billets, publiés fréquemment et régulièrement, s'affichant par ordre antichronologique. Les blogs permettent également une spécialisation autour de certains sujets qui suscitent l'intérêt de leur auteur : le voyage, la cuisine, la musique, ou bien un style musical ou même un artiste en particulier. De l'autre, le magazine est un format de presse qui se caractérise par une publication périodique sur un temps plus long, une éditorialisation autour de thèmes plus ou moins spécifiques (mode, cinéma, sport, musique, style de vie, etc.) et une attention accrue portée à l'illustration, photographique notamment.

La transformation de Gold Flake Paint de l'un vers l'autre a cela d'interpellant que ces deux *media* semblent très différents dans leurs formes mais potentiellement proches dans leur contenu lorsqu'il s'agit d'aborder un sujet spécifique, de proposer un contenu thématique. Dans le cas de Gold Flake Paint, ce qui m'a paru intéressant c'est que la métamorphose du numérique à l'imprimé ne s'est pas fait brutalement, dans une rupture, en faisant table rase, mais dans un glissement, une continuité qui pourtant semble à contre-courant. En effet si on parle souvent des trajectoires des médias imprimés vers les médias informatisés, il semble que Gold Flake Paint ait emprunté un chemin adjacent en « revenant » à l'imprimé tout en conservant toutes les leçons du numérique pour nourrir un nouveau projet. Pour

emprunter la formule d'Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier, il s'agit de « penser la saisie des formes anciennes dans les formes nouvelles »² mais également de penser la saisie des formes nouvelles dans les formes anciennes pour créer des formes inédites. La transformation de Gold Flake Paint s'inscrit aussi dans un double mouvement de crise : celui de la presse magazine en constant renouvellement et celui de l'industrie musicale qui fait face à une digitalisation massive des supports médiatiques.

Ce contexte de crises n'empêche pas un foisonnement de titres dans la presse musicale imprimée et informatisée. Pour en faire un rapide tour d'horizon je citerai par exemple les magazines rock New Musical Express (NME), Wire, Mojo ou Clash au Royaume-Uni ; Les Inrockuptibles, Magic, Rock & Folk ou Plugged en France ; Alternative Press, Billboard, Rolling Stone ou encore The Fader aux États-Unis. Les médias numériques ne sont pas en reste avec par exemple Drowned in Sound, The Wild Honey Pie ou The Line Of Best Fit au Royaume-Uni ; Rocknfool, Goûte Mes Disques ou Indiepoprock en France ; Pitchfork, Stereogum, Consequence Of Sound ou encore Brooklyn Vegan aux États-Unis. Le magazine canadien Vice a également développé Noisey, une verticale musicale sur internet. Ce ne sont évidemment qu'une poignée d'exemples choisis dans l'abondante diversité des publications disponibles en kiosque ou en ligne. Si toutes les publications citées ici ont comme point commun de parler de musique, elles ne le font pas de la même manière, ni sur le même ton, ni sur les mêmes canaux, ni par les mêmes biais, ni via les mêmes thèmes.

Pourtant elles forment dans une certaine mesure un groupe cohérent bien qu'hétérogène, celui de la presse musicale. Certaines publications comme le NME, Rolling Stone ou Rock & Folk existent depuis des décennies et sont devenues des références quasi mythiques. D'autres comme Wire, Magic ou The Fader interrogent les limites, les frontières entre les formes médiatiques et créatives. La montée en puissance du site internet Pitchfork créé en 1995 l'a érigé comme une référence internationale qui se présente désormais comme « *The Most Trusted Voice in Music* » [la voix la plus digne de confiance, la plus écoutée, la plus crédible dans la musique] et qui programme deux festivals portant son nom, un à Chicago et un à Paris. Cela semble suggérer que les médias informatisés auraient supplantés les médias imprimés. Pourtant les premiers s'inspirent largement des seconds tandis que les seconds aspirent amplement à ressembler aux premiers.

² Jeanneret Yves, Souchier Emmanuël. L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran. In: *Communication et langages*, n°145, 3ème trimestre 2005. L'empreinte de la technique dans le livre. p.8

De ces premiers tâtonnements ont émergé des problématiques touchant à l'énonciation, aux questions économiques et aux caractères communicationnels engagés par la transformation d'un média informatisé en un média imprimé. Loin de vouloir analyser l'objet au prisme d'une dichotomie ou d'un système d'oppositions, il s'agirait plutôt d'examiner les complémentarités et les points de contact en se demandant en quoi l'exemple de Gold Flake Paint manifeste la complexité et la diversité des marques de l'énonciation éditoriale dans la presse musicale en particulier. Par « énonciation éditoriale », j'entends selon Emmanuel Souchier « l'élaboration plurielle de l'objet textuel » et « l'énonciation polyphonique du texte »³ qui se voient tantôt concentrées entre les mains d'une personne assumant plusieurs rôles (scripteur, éditeur, maquettiste, etc.), tantôt partagées entre différents acteurs aussi bien du blog que du magazine.

De là surgissent des situations d'énonciation que je tenterais de classer en empruntant à la linguistique⁴ : la position énonciative correspondrait au rapport entre l'énonciateur et l'objet (le blogueur et la musique); le positionnement énonciatif correspondrait au rapport entre l'énonciateur et les autres que soi (le blogueur et les internautes ou encore le rédacteur et les lecteurs du magazine); la posture énonciative correspondrait aux relations entre les énonciateurs dans la co-construction d'un même point de vue (les membres de l'équipe éditoriale du blog et du magazine et le "lecteur idéal" pour lequel ils écrivent).

Une première hypothèse de recherche s'articule ainsi autour du geste énonciatif consistant à cesser l'activité du format numérique au profit de l'imprimé, ce qui implique un glissement éditorial et un repositionnement énonciatif du blog vers le magazine. Le geste énonciatif se ferait ici événementialisation de l'énonciation éditoriale lors de la transformation du blog vers le magazine. Le changement de forme de Gold Flake Paint est mis en actes et en mots par un discours d'escorte alors que le propos reste globalement inchangé dans son contenu. La posture éditoriale se réfère ainsi au rôle des individus scripteurs dans la mesure où ce sont eux qui décident aussi bien du contenu que de la forme dans le processus qui façonne « l'image du texte »⁵ qui sera donnée à voir au lectorat du blog aussi bien qu'à celui du magazine.

³ Souchier, Emmanuël. « L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale », *Les cahiers de médiologie*, vol. 6, no. 2, 1998, pp. 137-145.

⁴ Rabatel Alain. Positions, positionnements et postures de l'énonciateur. TRANEL. Travaux Neuchâtelois de Linguistique, Institut des sciences du langage et de la communication (Neuchâtel, Suisse), 2012, 56, pp.23-42.

⁵ Souchier, Emmanuël. « L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale », *Les cahiers de médiologie*, vol. 6, no. 2, 1998, pp. 137-145.

Une deuxième hypothèse interroge le passage du blog au magazine dans la mesure où cela crée une tension dans l'énonciation vis-à-vis du positionnement du blog et du magazine, et vis-à-vis de la posture du scripteur entre amateur et professionnel. Le positionnement énonciatif de Gold Flake Paint passe de celui du blog, un support personnel qui tend plutôt du côté de l'amateur à celui d'un support imprimé appartenant à la presse professionnelle. La posture du scripteur oscille alors entre blogueur amateur et journaliste musical, interrogeant dès lors sa position énonciative par rapport à l'objet d'écriture.

Une troisième hypothèse porte sur les enjeux économiques du financement et de la rentabilité du magazine, rendus visibles par le processus de transformation médiatique, qui mettent en question l'authenticité de la posture éditoriale construite par l'amateur-blogueur. Le positionnement du magazine dans une démarche de professionnalisation pourrait entraîner une potentielle perte d'intérêt, de confiance voir de la défiance des lecteurs. Les enjeux économiques pourraient avoir un impact sur la perception de la posture de Gold Flake Paint aux yeux du lectorat.

Pour travailler ces hypothèses, je me suis particulièrement intéressée à la page d'accueil et à deux billets du blog ainsi qu'au premier numéro du magazine Gold Flake Paint dans son intégralité, en tant qu'objet. J'ai donc mené des analyses sémiologiques et des analyses de discours plus approfondies pour des billets et articles, et en particulier celui d'introduction du magazine.⁶ Le développement de la réflexion qui en a découlé se présente en deux grands mouvements. Je m'intéresserai d'abord à la transformation du média en examinant l'hybridation des formats que Gold Flake Paint a connu et qui a informé le geste énonciatif menant au lancement du magazine. La continuité de l'énonciation sera mise en question au regard des dynamiques entre presse musicale alternatives et médias informatisés et du renouvellement de la presse écrite spécialisée. Dans un second temps, ma réflexion se focalisera sur les enjeux du blogueur amateur face aux contraintes du format magazine. J'examinerai les rôles et les postures de celui qui écrit sur la musique, les questions économiques qui mettent en tension le positionnement indépendant, pour m'intéresser aux processus d'identification et d'une certaine poétique de l'attachement.

⁶ La majeure partie de ce corpus étant en langue anglaise, j'ai systématiquement proposé une traduction libre pour chaque passage cité dans ce mémoire. Les textes concernés et leurs traductions sont présentés dans leur intégralité dans les annexes. N.B. : certaines citations et leur traduction, du fait de leur longueur, ont été mises en exergue par des sauts de lignes pour la lisibilité du texte.

I. TRANSFORMATION : DE L'HYBRIDATION DES FORMATS AU GESTE ÉNONCIATIF

Lorsque Gold Flake Paint cesse d'être, ou plutôt de se définir comme un blog journalier en mai 2018, il est question d'une transformation vers le papier encore peu définie. L'annonce est faite sur les réseaux sociaux, d'abord sur Twitter⁷ le 23 mai puis sur Facebook⁸ le lendemain via le partage d'un billet de blog intitulé « *A Goodbye From Us / A New Chapter* »⁹ qu'on pourrait traduire par « un au revoir (ou un adieu) de notre part / un nouveau chapitre ». L'ambiguïté du terme anglais « goodbye » est intéressant dans la mesure où il peut être associé à la fois à une fin et à un (re)commencement. Les deux connotations sont mises en parallèle par la ponctuation au moyen d'une barre oblique, laissant pressentir cette situation d'entre-deux. La publication de ce billet fait événement dans la mesure où cela enclenche la transformation du blog vers le magazine via un effet d'annonce qui esquisse ce que va ou veut, du moins, devenir Gold Flake Paint. La bascule entre le numérique et l'imprimé est un changement de forme médiatique. Néanmoins le blog a précédemment connu des hybridations de formats, notamment en hébergeant des contenus photographiques, audio et vidéo mais aussi en se déclinant sur d'autres plateformes (réseaux sociaux, Bandcamp, Spotify, etc.). Par forme médiatique, j'entends ici la forme que prend l'énonciation par rapport au support sur laquelle elle se présente : une forme numérique, informatisée pour le blog ; une forme physique, imprimée pour le magazine. L'hybridation des formats fait ainsi référence à la multitude de transformations qui peuvent advenir au sein des formes médiatiques qui se côtoient et se nourrissent les unes des autres.

En huit années d'existence Gold Flake Paint a connu de nombreux changements de formats mais c'est au basculement de la forme que nous nous intéresserons. En énonçant cette transformation, Tom Johnson –fondateur du blog et auteur du billet d'adieu– provoque le changement d'état de Gold Flake Paint. Ce geste énonciatif qui amène ainsi au lancement du magazine introduit également son lot de bouleversements tant au niveau de la forme médiatique que de l'énonciation éditoriale. Toutes les instances d'écriture s'en voient modifiées : le texte, la typographie, la mise en page, le support, la matérialité mais aussi la production, l'édition, la diffusion. Ces changements impliquent de fait différents niveaux de

⁷ <https://twitter.com/GoldFlakePaint/status/999320081816543232>

⁸ <https://www.facebook.com/GoldFlakePaint/posts/1810643292314558>

⁹ <https://www.goldflakepaint.co.uk/a-goodbye-from-us-a-new-chapter/> cf. annexes pour la traduction

l'énonciation : la façon dont l'individu scripteur traite son objet et traite de son objet, la mise à distance du blog et de son activité par l'énonciateur, la manière dont le magazine se positionne dans son environnement ou encore la posture adoptée par l'équipe de Gold Flake Paint dans cette forme nouvelle. Tout cela se répercute également sur les destinataires, le lectorat, les individus à qui s'adressait et s'adresse encore le blog, et à qui s'adresse le magazine en devenir. C'est une transformation de fond qu'a engendré le geste énonciatif qui donne ainsi à voir les dispositifs et les dynamiques d'un média en mutation.

A. De l'écran au papier, une énonciation inchangée ?

Les médias informatisés se sont développés rapidement et dans une grande diversité au cours de la dernière décennie avec la généralisation de l'usage des réseaux sociaux comme Facebook, Instagram ou Twitter mais également des systèmes de gestion de contenu (*content management system*, abrégé en CMS) ou des plateformes et moteurs de blog comme Tumblr, Skyblog, Blogger ou encore Wordpress. Ces outils numériques ont facilité les processus d'écriture et de publication sur internet, menant à une multiplication du nombre de blogs personnels et thématiques. Des publications spécialisées a émergé le néologisme « webzine » —contraction des termes « web » et « magazine »— qui témoigne des aspirations des médias numériques à être reconnus à l'aune de la presse écrite. Gilles Feyel décrivait, déjà en 2001, la presse magazine comme « un monde divers mais touffu, constamment en mouvement, où chaque année des titres disparaissent, aussitôt remplacés par de nouveaux venus plus nombreux »¹⁰. La presse magazine offre une proposition diversifiée qui va des magazines de télévision aux magazines féminins en passant par les magazines people, les magazines automobiles, sportifs, de cuisine, de photographies, de mode, d'information, etc. Cette profusion de titres entraîne une certaine concurrence et une difficulté à pérenniser leur production et leur diffusion.

Dans cet environnement, les magazines musicaux traitant du genre pop-rock, ont vu de nombreux titres disparaître comme le *NME* au Royaume-Uni, et d'autres s'ouvrir vers une presse plus généraliste comme *Les Inrockuptibles* ou *Plugged* en France. Parallèlement la digitalisation des supports musicaux, avec la généralisation du format MP3 notamment, et les plateformes de streaming permettent un accès sans précédent à l'écoute et à la découverte musicale. Les premiers blogs musicaux étaient de fait des lieux de partage plus

¹⁰ Feyel, Gilles. « Naissance, constitution progressive et épanouissement d'un genre de presse aux limites floues : le magazine », *Réseaux*, vol. n° 105, no. 1, 2001, p.41

ou moins illégal de MP3 entre les internautes. Ils ont progressivement disparu au profit des plateformes de streaming qui proposent l'écoute légale d'une manne musicale immense. Cette multiplication de l'information disponible fait émerger de nouveaux médiateurs parmi lesquels les blogs spécialisés prennent une place importante comme Pitchfork qui est devenu avec le temps une référence internationale en terme de critique musicale. Les médias imprimés investissent les usages numériques et s'appuient sur leur volet informatisé pour traiter l'actualité musicale hors des contraintes temporelles des publications physiques. Si la tendance générale tendrait plutôt vers la digitalisation, c'est pourtant dans la dynamique inverse que semble s'inscrire Gold Flake Paint. En s'appuyant sur des analyses croisées du blog et du magazine, il s'agit d'interroger la continuité énonciative d'un média qui se métamorphose.

1. Le discours de la transformation

Le changement de forme de Gold Flake Paint est énoncé et annoncé dans le billet de blog « *A Goodbye From Us / A New Chapter* » dans un geste performatif. À partir du moment où ce texte est publié pour être lu, la transformation est effective. Gold Flake Paint n'est plus un blog mais pas encore un magazine. Dans cette situation d'entre-deux, le discours de la transformation accompagne la métamorphose. Le texte se présente comme une adresse directe au lecteur, une lettre ouverte qui donne à voir les signes de la subjectivité énonciative et de l'authenticité construite par Gold Flake Paint. Dès la formulation du titre apparaissent des signes qui témoignent d'une subjectivité manifeste et constitutive du discours de la transformation. Le pronom « *us* » [nous] personnifie le blog comme une entité plurielle et subjective sans pourtant renvoyer à un référent identifié. L'utilisation du terme « chapitre » est une référence directe à l'imaginaire du livre. Bien que « un nouveau chapitre » soit une expression courante, la coïncidence vaut d'être soulignée car elle introduit à la fois l'idée de changement et celle de la matérialité de l'imprimé. Cette lettre ouverte est adressée par une formule de politesse aux « *friends and followers of GoldFlakePaint* » [amis et abonnés de GoldFlakePaint]. Le nom du blog est écrit en un seul bloc comme pour signifier que c'est une entité. Cette typographie fait également écho à l'adresse url qui renvoie à la nature du blog comme site internet. La position d'énonciation est donc clairement ancrée dans la forme numérique. L'utilisation des termes « amis » et « abonnés » impliquent une adresse directe à un lecteur « modèle », pour emprunter le concept d'Umberto Eco. L'énonciateur de cette lettre ouverte projette ainsi sur les destinataires une intention bienveillante à son égard et à l'égard de son propos qui serait

fondé sur un intérêt commun, instillant ainsi un imaginaire de la proximité entre auteur et lecteur.

Le contenu du texte s'articule ensuite en sept paragraphes explicatifs, de *storytelling* qui répondent à l'effet d'attente créé par le titre du billet. La construction du récit de Gold Flake Paint se déploie autour de l'individuation de l'auteur du texte au moyen de la tournure « *I (Tom)* » afin de raconter les débuts du blog qui n'est alors qualifié que par la locution « *this website* » [ce site internet] puis par la périphrase « *this funny thing* » [cette drôle de chose / cette chose amusante]. La narration met à distance la définition de la forme médiatique et module l'objet du récit à l'aune d'une perception subjective et *a posteriori* de la réalité, racontée comme elle est ou a été perçue par l'auteur. La tonalité du texte est à l'emphase avec l'évocation de la passion personnelle pour la musique et sa transmission. Cela transparaît dans l'utilisation d'adjectifs et adverbess tels que « *real and natural* » [vrai et naturel], « *honestly* » [honnêtement] et « *jubilant* » [jubilatoire, débordant de joie], ainsi que certaines tournures d'oralité. Ces procédés construisent un discours d'authenticité, ou du moins s'inscrivent dans une rhétorique de la sincérité.

Au cinquième paragraphe, alors que la fin du blog est énoncée et la transformation évoquée, la première personne du singulier bascule au pluriel comme si les changements annoncés multipliaient les énonciateurs. L'auteur du texte n'est plus seul porteur du discours de la transformation. Le paragraphe de remerciements qui suit confirme la pluralité de l'énonciation par une anaphore de « *thank you* » qui va de paire avec l'énumération des différentes parties prenantes auxquelles s'adresse directement le blogueur. Cette application discursive à vouloir faire transparaître la gratitude s'inscrit aussi dans la construction d'un discours de la sincérité. Cela amène aussi l'auteur à admettre le caractère factice de cette prise de parole : « *with the greatest sincerity I can muster on a webpage* » [avec la plus grande sincérité qu'on puisse trouver sur une page web]. Paradoxalement, cet aveu rhétorique participe de la construction d'un discours authentique, vrai par la mise à distance du dispositif d'écriture. La signature au pied du texte inclut Tom comme auteur, identifié dès la première phrase, mais aussi Sammy, citée au fil du texte, et enfin « *everyone else at GoldFlakePaint* », sous-entendant qu'il y a plusieurs personnes collaborant avec les deux personnes déjà identifiées. La position énonciative est donc partagée entre plusieurs individus, dont certains ne sont pas connus, mais unifiée par l'entité « GoldFlakePaint » qui se pose comme un sceau d'authenticité qu'on va retrouver dans le premier numéro du magazine.

Si le « je » domine le « nous » dans ce billet d'au revoir, c'est le miroir inverse que tend l'introduction du premier numéro du magazine : avec seulement quatre occurrences de la première personne du singulier alors que Tom Johnson en est le seul signataire. Cette inversion est un révélateur du glissement énonciatif qui a eu lieu lors de la transformation médiatique. L'individualité du blogueur s'efface au profit de l'énonciation polyphonique de la presse écrite. L'introduction du magazine est intitulée « *Hello.* » comme en réponse au « *Goodbye* » du blog et reprend un certain nombre d'éléments de son reflet numérique dans la construction du discours d'authenticité et du discours de la transformation. On y retrouve l'adresse directe au lecteur, l'emphase et la rhétorique de la sincérité. S'il est encore question de l'ancrage du média dans le temps, il s'agit moins d'un *storytelling* presque historique qui regarde en arrière que d'exposer l'aboutissement de la transformation vers l'imprimé. Dans le premier paragraphe de cette introduction, il est fait référence au blog, en toutes lettres cette fois mais mis à distance par l'utilisation du passé, de la ponctuation et d'un point de vue subjectif :

« *We couldn't be prouder of what we achieved as a ~ music blog ~ in that funny world we never really felt like a true part of.* » [Nous ne pourrions être plus fiers de ce que nous avons réalisé en tant que ~ blog musical ~ dans ce drôle de monde dont nous ne nous sommes jamais vraiment sentis partie intégrante.].

Les tildes ne sont pas ici des signes diacritiques mais des signes de ponctuation, presque gestuels, pour donner à voir cette incertitude par rapport au terme utilisé. Gold Flake Paint semble construire son discours de la transformation sur cette non-définition de la forme au profit du discours de l'authenticité. Il s'agirait ainsi de mettre à distance des caractéristiques restrictives pour donner plus d'importance à la subjectivité du propos. Cette dernière est mise en exergue par la locution « ce drôle de monde dont nous ne nous sommes jamais vraiment sentis partie intégrante » qui fait référence à ce qui est parfois appelée la « blogosphère ». La blogosphère est un terme qui désigne à la fois les producteurs et les utilisateurs des blogs, comme une communauté artificielle dont les membres ne partagent que cet usage numérique particulier. La mise à distance par rapport à ce genre de catégorisation se fait donc en faveur d'une détermination qui se voudrait plus subjective, moins explicitement fabriquée. La subjectivité est évoquée par la sémantique du sentiment qui se développe ensuite dans le paragraphe qui présente la nouvelle forme de Gold Flake Paint comme « *a place of comfort* » [un lieu de confort / de bien-être / de réconfort]. La

posture énonciative adoptée ici se place sous le signe de la co-construction, qui se partage entre les auteurs et les lecteurs du magazine :

« *But take of it [this journal] - make of it - whatever you will. As I said, it belongs to you, and we're just so very thankful and humbled that you took the time to take an interest in our new journey* » [Mais prenez-en [de ce journal] - faites-en - ce que vous voulez. Comme je l'ai dit, il est à vous, et nous sommes très reconnaissants et très touchés que vous ayez pris le temps de vous intéresser à notre nouveau voyage.]

En s'adressant directement au lecteur et en l'incluant dans la posture énonciative du magazine, Gold Flake Paint affermit la construction du discours d'authenticité qui accompagne la transformation. Dans cette phrase, l'utilisation des pronoms « je », « vous » et « nous » est également le signe d'une polyphonie énonciative et éditoriale.

La forme de la lettre ouverte permet au discours de l'authenticité de se construire par une rhétorique du témoignage qui engage le lecteur par les jeux de pronoms. Il s'agit de faire paraître la subjectivité de l'énonciateur afin d'établir une posture qui serait perçue comme sincère, fiable, digne de confiance. La situation d'énonciation serait ainsi rendue optimale pour introduire et développer le discours de la transformation en captant la bienveillance des lecteurs. Le *storytelling* situe donc l'énonciation dans une subjectivité qui transparaît dans l'usage de locutions renvoyant à la croyance sur le blog (« *I can't quite believe it's been eight years* », « *Jubilant in ways I never imagined I could forge for myself* », « *the artists, and the teams behind them, who have believed in this site* ») ou à l'espoir dans le magazine (« *I sincerely hope you enjoy GoldFlakePaint's Music Journal* », « *We hope to see you soon* »). Le propos ainsi inscrit dans la subjectivité tient plus de la déclaration personnelle que de l'information objective. Le discours d'authenticité tend donc plutôt vers la construction d'une posture de sincérité que d'une posture de véracité pour accompagner le geste énonciatif et la transformation de Gold Flake Paint. Pour asseoir la notion d'authenticité, le *storytelling* s'inscrit également dans le temps. Les références à un temps long (« *eight years is a long time* ») semblent servir à rendre légitime la démarche de transformation. Il s'agit à la fois de témoigner de la longévité du blog mais aussi d'en expliquer la fin et la métamorphose vers le magazine. Une temporalité qu'on trouve à la fois dans le billet de blog et dans l'introduction du premier numéro, mise en avant à l'ouverture des textes dans les deux cas. Énoncer cette temporalité, c'est aussi situer le propos dans

une expérience au sens du développement de compétences, mais aussi au sens d'un vécu personnel.

Aussi bien sur le blog :

« I slowly and assuredly learned to write in a way that felt real and natural and, occasionally – honestly – jubilant. Jubilant in ways I never imagined I could forge for myself; a buzz that those very same songs and albums inject in me; the power of creation and creative freedom, of community and support. » [J'ai lentement et assurément appris à écrire d'une manière qui me semblait vraie et naturelle et, parfois - honnêtement - jubilatoire. Jubilatoire d'une manière que je n'aurais jamais imaginé pouvoir construire pour moi-même ; un engouement que ces mêmes chansons et albums m'ont fait ressentir ; le pouvoir de la création et de la liberté créative, de la communauté et du soutien.]

« I've learned that the day-to-day running of the site – arranging content, liaising with bands/labels/PRs, the endless chase-ups, the weird and rocky world of social media – is no longer favourable to either my health or happiness. » [J'ai appris que le fonctionnement quotidien du site - l'organisation du contenu, la liaison avec les groupes, les labels et les chargés des relations presse, les relances sans fin, le monde étrange et périlleux des médias sociaux - n'est plus favorable à ma santé et à mon bonheur.]

Que dans le magazine :

« It's a long time to do anything. It's certainly a long time to be sat on the internet sharing music into electronic wilderness. Which is what GoldFlakePaint existed to do; from May 2010 until May 2018. » [C'est un temps long quel que soit ce que l'on fait. C'est certainement un long moment passé sur Internet à partager de la musique dans les contrées sauvages électroniques. C'est ce pour quoi GoldFlakePaint a existé ; de mai 2010 à mai 2018.]

« To start something, so long ago - for the lack of anything else to do, for the need to create something - and now to be here, is more than a dream come true. » [Commencer quelque chose, il y a si longtemps - par manque d'autre chose à faire, par besoin de créer quelque chose - et maintenant être ici, est plus qu'un rêve devenu réalité.]

La temporalité vient donc servir le discours de l'authenticité autant que celui de la transformation en situant l'énonciation subjective et en légitimant le changement de forme par l'expérience. Cela inscrit en effet le processus de transformation dans la continuité d'une évolution, au fil des hybridations de formats et des expériences, et non dans une rupture. L'évolution du positionnement énonciatif est un moyen de matérialiser le changement sur le temps long dont l'objet magazine est la conséquence. La décision qui a engendré le geste énonciatif est présentée comme portée par des motivations créatives, voire productives, mais aussi personnelles. D'autant que cette transformation intervient après la disparition de Scott Hutchison, membre du groupe écossais Frightened Rabbit qui était un soutien de Gold Flake Paint dès la première heure et un proche du fondateur du blog. Le premier numéro du magazine lui est d'ailleurs dédié en hommage. Les formules qui viennent clore les deux textes sont d'ailleurs des références indirectes à cet événement tragique : « *Be nice to yourself and others, as often as you can.* » dans le billet de blog et « *make tiny changes where we can* » dans l'introduction du magazine. La première occurrence renvoie aux questions de santé mentale dans le milieu de la musique, qui semblent également avoir une incidence sur la position de l'énonciateur ; la seconde est une citation directe de la chanson *Head Rolls Off* écrite par Scott Hutchison. Ces évocations participent de la connotation du discours de la transformation, d'autant plus auprès du lectorat d'initiés.

En posant ces jalons discursifs, l'auteur amène progressivement la notion de transformation dans son propos de manière à montrer le changement comme une évolution, une transition, une nouvelle hybridation de Gold Flake Paint. L'activité du blog est d'abord décrite comme le fait de pouvoir partager sa passion pour la musique et d'en faire quelque chose de productif et de tangible (« *Channeling my musical passion into something productive and tangible* ») puis mise à distance par la métaphore d'internet comme d'une contrée sauvage (« *Sat on the internet sharing music into electronic wilderness* ») dans le magazine. La perception de la dimension tangible de l'activité du blogueur a donc évolué au cours de la bascule du numérique à l'imprimé. Vient dans le billet de blog l'évocation de la transformation : « *a physical collection of essays, published two or three times a year. A magazine you can touch and sniff, the one thing we've always wanted to do.* » [Un recueil d'essais physique, publiée deux ou trois fois par an. Un magazine qu'on puisse toucher et sentir, la seule chose que nous avons toujours eu envie de faire]. Ici encore le changement de forme s'inscrit dans un temps long et indéfini pour l'inscrire dans un processus d'évolution, qui tiendrait presque de l'évidence dévoilée. Le positionnement énonciatif

adopté par l'auteur du blog aussi bien que du magazine semble donc inchangé, ou du moins similaire dans les formes. Le propos fait cependant émerger les différences de contenu et donc de posture éditoriale. Les changements de formats sont ainsi énumérés dans le billet de blog :

« The idea, for now, is to stop short track reviews/premieres and standard album reviews, but continue to turn our written attention to long-form features only (in-depth interviews and essays), and to keep our various mixes (Sunday Slowdown, new music monthly recaps) because we still love that side of things. » [L'idée, pour le moment, est d'arrêter les critiques courtes de titres/avant-premières et les critiques d'album classiques, mais de continuer de porter notre attention rédactionnelle aux longs formats uniquement (longs entretiens et essais), et de conserver nos divers mix (*Sunday Slowdown*, récapitulatif mensuel des nouvelles sorties) car on aime toujours autant cette facette des choses.]

Si la transformation est mise en action par le geste énonciatif, son processus est en cours comme le laisse entendre le complément de temps « pour le moment ». Les formats caractéristiques du blog sont ici posés en opposition avec ceux du magazine ; d'un côté ce qui disparaît, de l'autre ce qui est conservé, à l'exception des supports audio qui demeurent une hybridation de l'énonciation. Au temps court, est préféré le temps long — tant passé qu'à venir. À l'écriture rapide en réaction à l'actualité, une rédaction longue et approfondie. L'énonciation dans le billet de blog est prévisionnelle, anticipative, incertaine mais se voit en partie confirmée dans l'introduction du premier numéro du magazine :

« 1 0 0 pages, front to back; features, interviews, essays, photography, and a few adverts that allowed us to do this. » [1 0 0 pages, de la première à la dernière de couverture; des longs formats, des entretiens, des essais, de la photographie, et quelques publicités qui nous ont permis de faire cela.]

L'emphase est mise sur le nombre de pages par l'utilisation inhabituelle des espaces entre les chiffres pour mettre en avant la quantité d'une part, et l'entièreté de l'objet magazine en y incluant la première à la dernière de couverture de l'autre. Cette distorsion des conventions scripturales fait la particularité de l'énonciation éditoriale de Gold Flake Paint en termes visuels en allant à l'encontre de ce qu'Emmanuel Souchier souligne dans la théorie de l'énonciation éditoriale lorsqu'il écrit : « la typographie se met au service du verbe

en s'excusant d'être aussi image »¹¹. La typographie se donne ici à voir pour appuyer le texte par l'image ; loin de s'excuser d'être l'image du texte, il s'agit plutôt de créer un signe visible et transgressif. On retrouve ensuite l'énumération des formats caractéristiques du magazine mais aussi une première référence aux contraintes du format imprimé : le financement par la publicité à laquelle je reviendrai plus avant dans ce mémoire. Si la position d'énonciation se veut la même, la posture éditoriale se voit nécessairement modifiée par le changement de forme. La transformation est présentée comme un processus, une continuité énonciative mais le changement de la matérialité même du support l'inscrit dans un changement radical, une métamorphose annoncée certes, mais fondamentalement en rupture d'un point de vue formel. Pour répondre à cette rupture formelle, le discours de la transformation s'appuie sur les éléments et le vocabulaire de la continuité en mettant les formes en parallèle : « *That's a balance we always tried to find online and something we mean to continue with.* » [C'est un équilibre que nous avons toujours essayé de trouver en ligne et quelque chose que l'on compte poursuivre] peut-on lire dans l'introduction du magazine. Cette tension entre rupture et continuité est au cœur de l'énonciation du blog comme du magazine dans une tentative de réconciliation par des échos rhétoriques d'un texte à l'autre. On retrouve effectivement un certain nombre d'expressions qui se répondent du billet de blog à l'introduction du magazine. Au « *And now here we are* » du blog répond le « *And here you are* » du magazine ; au « *goodbye* » le « *welcome* » ; au « *We'll see you around* » le « *Hope to see you again soon* » ou encore l'occurrence dans les deux textes de la locution « *on this new ride* » qui désigne métaphoriquement la métamorphose de Gold Flake Paint.

Le discours de la transformation se construit sous l'angle de la continuité, moins sur la mise en avant de la forme que sur celle de son contenu en rappelant l'engagement énonciatif et la posture éditoriale de l'auteur et de l'équipe qui l'entoure. Parallèlement la matérialité nouvelle du magazine vient appuyer la construction du discours de l'authenticité en mettant à distance la forme numérique. Les conventions du format magazine et les contraintes de l'imprimé sont alors utilisées comme des outils du renouvellement de la sincérité énonciative dans la mesure où, la forme étant présentée comme plus exigeante, les contenus auraient d'autant plus de valeur —à la fois symbolique et économique. Le changement de forme s'accompagne néanmoins d'un effort certain de créer une continuité dans l'énonciation éditoriale, notamment par le travail des signes graphiques.

¹¹ Souchier, Emmanuël. « L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale », *Les cahiers de médiologie*, vol. 6, no. 2, 1998, p. 141

2. Les échos sémiotiques de la mise en page

Si les échos rhétoriques sont présents dans le discours, des échos sémiotiques sont également présents dans l'énonciation éditoriale et notamment dans les pratiques d'édition. Les signes communs les plus évidents que l'on retrouve du blog au magazine sont des signes visuels, graphiques. En tout premier lieu, il s'agit de la déclinaison du logo et des couleurs comme repères sémiotiques qui constitueraient une « identité graphique » reconnaissable d'une forme à l'autre. La notion d' « identité graphique », majoritairement utilisée dans le domaine du marketing, désigne les caractères visuels qui permettent d'identifier une entité au moyen de signes, de couleurs, de formes ou de gimmicks textuels. Ils seraient pour Gold Flake Paint un moyen de reconnaissance entre les formes numériques et imprimées, un lien de cohérence visuelle dans la transformation. Le logo de Gold Flake Paint est une composition visuelle constituée de trois lettres stylisées, initiales du nom du média : G, F et P. Sur le blog, ces trois lettres apparaissent précédées d'un symbole illustré d'une vague blanche sur fond bleu. Cet agencement disparaît sur la couverture du magazine ainsi que le cadre qui accompagne le logo. La vague se retrouve dans la typographie de la barre horizontale supérieure du F. Sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram et Twitter), on trouve une déclinaison ramassée du logo sous forme d'un seul symbole rassemblant les signes précédemment cités. Si les modifications sont à noter, elles restent minimes dans la reconnaissance de la forme graphique qui porte l'identité du média, ancrée par son nom. La couleur de l'illustration change également sur le support imprimé pour se parer d'orange, couleur omniprésente dans le premier numéro. Le choix d'un code à couleur unique, alliée à du noir et blanc, marque la volonté d'unicité de l'objet magazine et se décline pour chaque numéro (orange pour le premier, bleu-vert pour le deuxième, violet pour le troisième, ocre pour le quatrième). Ce choix pourrait également s'expliquer par des coups moindres d'impression. L'identité graphique de Gold Flake Paint se déploie également dans l'utilisation de signes de ponctuation hors de leur usage prescrit comme les tildes (~) ou les astérisques (*) dans les articles du blog et des détails de mise en page dans le magazine comme les retraits à droite ou encore les espacements et retour à la ligne qui miment le sens du texte. C'est un moyen d'identifier et de positionner la publication par rapport à des conventions rédactionnelles et d'édition intégrées par les producteurs de presse et par les lecteurs. Cette identifiabilité graphique accompagne les formes du texte et l'énonciation dans la transformation.

L'identité visuelle se fait système de signes reconnaissables et constitutifs de l'"image du texte" pour citer et mobiliser la notion développée par Emmanuel Souchier dans *Les cahiers de médiologie*¹². Gold Flake Paint s'empare de et s'approprie ainsi son "objectalité". Il s'agit donc de « considérer le texte à travers sa matérialité (couverture, format, papier...), sa mise en page, sa typographie ou son illustration, ses marques éditoriales variées (auteur, titre ou éditeur), sans parler des marques légales et marchandes (ISBN, prix ou copyright)..., bref à travers ces éléments observables qui, non content d'accompagner le texte, le font exister. »¹³. Cette nouvelle forme d'existence matérielle n'advient pas *ex nihilo* mais s'appuie sur des éléments formels et discursifs préexistant, tirés du blog. Ces derniers sont à la base de l'identité visuelle construite pour la forme numérique et déclinée pour la forme imprimée. Toujours selon Emmanuel Souchier « ces traces ou « marques d'énonciation éditoriale » façonnent et constituent l'identité du texte »¹⁴. En façonnant son identité visuelle, le magazine Gold Flake Paint façonne par la même sa posture éditoriale et énonciative, aussi bien par l'écriture que par la mise en page. Si « l'édition est un acte de transformation »¹⁵, elle participe par les échos sémiotiques des signes visuels de la transformation de Gold Flake Paint. Le discours de la transformation est donc également inscrit dans l'écriture visuelle du blog et du magazine et crée un possible pont sémiotique entre les deux formes. Comme le souligne Emmanuel Souchier, ce double mouvement travaille l'énonciation :

« Le « texte second », c'est l'image du texte en ce qu'il est déchiré entre le regard et la parole, en ce qui se fait le lieu d'effectuation du dialogue ou des rapports de pouvoir entre l'image et le texte. « Texte premier » et « texte second » : deux langages distincts et complémentaires qui n'ont d'existence possible qu'à travers l'existence de l'autre. Il y a donc toujours deux textes, même s'il n'y a pas nécessairement deux personnes, au sens empirique du terme, à l'origine de cette énonciation. »¹⁶

Dans le cas de Gold Flake Paint, si le « texte second » est foncièrement différent dans sa forme informatisée et dans sa forme imprimée, il fait toutefois exister le « texte premier » dans une continuité du propos, du contenu du texte pris pour sa signification propre. Fond et forme, loin d'être en opposition, s'interpénètrent et s'enrichissent. Outre les éléments

¹² Souchier, Emmanuël. « L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale », *Les cahiers de médiologie*, vol. 6, no. 2, 1998, p. 139

¹³ Ibid.

¹⁴ Op. cit. p.142

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Op. cit. p.145

graphiques qui constituent l'identité visuelle du blog et du magazine, d'autres signes se font échos d'une forme à l'autre. Ils donnent à voir comment les formes se nourrissent et se saisissent les unes des autres. Des signes passeurs du menu d'entête du blog à la désignation des formats présents dans le magazine, on retrouve des termes dénommant des catégories qui se font écho. Les pages structurantes du magazine comme les crédits, l'introduction, la table des matières, et plus généralement la majorité des pages à l'exception de la publicité, comportent des entêtes qui qualifient le type de contenu de la page. On note par exemple « *credits* », « *introduction* », « *contents* » mais on retrouve aussi des catégories similaires à celles du blog comme « *essay* », « *in-depth* », « *feature* » ou encore « *interview* ». Cela renvoie en creux aux catégories du menu sur la page d'accueil du blog : « *albums* », « *songs* », « *conversations* », « *features* ». Depuis le lancement du magazine on trouve aussi sur la page d'accueil des encarts réservés au magazine intitulés « *A Music Journal* », « *Issue 2* » ou encore « *Issue 4 - On Sale Now!* ». Ces désignations apparaissent sur la couverture même du magazine dès le premier numéro, en supérieur droit pour « *A Music Journal* » et en inférieur gauche pour « *Issue One* ». La connotation commerciale se retrouve sur la quatrième de couverture avec la mention du prix du magazine en inférieur gauche. On notera en passant l'absence de code-barres qui témoigne du caractère non-professionnel de la distribution du magazine à laquelle je reviendrai au cours de la réflexion.

Les échanges sémiotiques et sémantiques entre les formes numérique et imprimée s'égrènent aussi dans la composition du magazine où l'on peut relever la présence d'adresses URL qui font directement écho à la forme informatisée de Gold Flake Paint dans les différents formats de ses hybridations. Au pied de la quatrième de couverture apparaît l'adresse URL du blog (goldflakepaint.co.uk); on trouve sur la page des crédits les adresses URL des pages Bandcamp et Patreon de Gold Flake Paint ainsi que deux adresses email pour contacter le média; une note au bas de la page 82 renvoie vers la plateforme de streaming Spotify (« *Listen to a playlist featuring one song from each of these albums at our Spotify profile: **goldflakepaint*** »); il est fait mention à la page 15 que l'article en question a été précédemment publié sur le blog (« *'Look How Far They Go Around' was first published on goldflakepaint.co.uk on 17th April, 2018.* »); de nombreuses adresses URL apparaissent dans les pages de publicité qui renvoient au site internet et aux réseaux sociaux des annonceurs; plus étonnant, le crédit photographique à la page 94 se compose du nom du photographe accompagné de la mention « *@whiteleatherpalms* ». Il s'agit du pseudonyme utilisé par le photographe sur Instagram. Ce qui est intéressant ici est de voir comment Instagram est induit sans être explicitement mentionné et comment nos usages des réseaux

sociaux et d'internet en général informe notre lecture, et crée des liens entre la publication papier, les médias informatisés et les réseaux sociaux. Ces signes présents dans le magazine renvoient au numérique mais « perdent » en quelque sorte leur caractère de signes passeurs car ce ne sont pas véritablement des liens hypertexte dans la mesure où ils ne sont pas cliquables. L'hypertextualité au sens de Gérard Genette est néanmoins toujours présente car cela fait tout de même le lien entre la forme imprimée et la forme numérique du texte. On trouve donc des échos sémiotiques menant du magazine au blog et du blog au magazine qui créent une cohérence formelle et textuelle d'un bout à l'autre de la transformation et maintient une continuité dans l'énonciation.

Chacune de ces formes présente des contraintes et des possibilités créatives propres. Le blog est développé sur Wordpress, une plateforme faisant partie de la famille des systèmes de gestion de contenu ou « *Content Management Systems* » (CMS). Cet outil informatisé permet aux internautes de publier et de mettre en forme des sites internet, dont le blog est un format. Comme le souligne Valérie Jeanne-Perrier : « les sites Internet sont souvent créés à partir d'outils qui proposent des mises en forme standardisées, qui peuvent faire craindre une uniformisation croissante des projets éditoriaux »¹⁷. Wordpress propose effectivement des thèmes visuels, des mises en forme préexistantes qui apportent leur lot de contraintes graphiques. Ces dernières sont en partie contournées par Gold Flake Paint dans la mesure où le blog est conçu (en terme de *design*) par des tiers comme le révèle la présence du crédit au *designer* au pied de la page d'accueil, accompagné d'un lien menant vers leur site internet propre accentué par la mise en gras du nom de la société « *Atomic Smash* ». Si le graphisme est pris en charge par un intermédiaire, l'architecture du blog dépend tout de même des solutions proposées par Wordpress qui sont administrées par le blogueur depuis un dispositif de *back office*. L'auteur d'un blog a en effet accès à une interface réservée via laquelle il peut publier, administrer, éditer le contenu du blog. Cette manière de faire implique que « l'écrit est soumis à l'injonction de la forme »¹⁸ dans la mesure où le *back office* détermine des zones de saisie, des encarts à remplir, de paramètres à choisir pour mettre en forme et publier un texte. L'individu en charge d'un blog est ainsi amené à assumer plusieurs rôles de l'énonciation éditoriale : auteur, éditeur, administrateur ou même modérateur dans certains cas. Ces contraintes semblent constituer un frein à la posture énonciative et éditoriale de Gold Flake Paint dans la mesure où la

¹⁷ Jeanne-Perrier Valérie. L'écrit sous contrainte : les Systèmes de management de contenu (CMS). In: *Communication et langages*, n°146, 4ème trimestre 2005. Tout peut-il être média ? p. 71

¹⁸ Op. cit. p.73

production du contenu est soumise à des contraintes. Ces contraintes sont admises et acceptées au moment de choisir de développer le blog via un CMS. Le discours de la transformation, notamment par la mise à distance de la forme informatisée, induit ainsi que la forme imprimée permettrait une plus grande liberté de mise en forme. Loin des thèmes préfabriqués du web, le magazine serait un support de créativité plus vaste et divers. Néanmoins un tel format est également soumis à des contraintes particulières.

Dans son article intitulé « *La « parole graphique » du journal* », Jean-Pierre Pain s'interroge dans les termes suivants : « Le fait graphique est un langage ; mais chaque magazine, en utilisant, en puisant des éléments dans ce langage général, ne peut-il créer son langage propre ? Quels sont les critères qui vont amener un magazine à choisir tel langage graphique particulier plutôt que tel autre ? De quelle manière cette “parole graphique” va-t-elle renforcer le fond rédactionnel ? »¹⁹. La forme imprimée du magazine Gold Flake Paint permet à cette « parole graphique » de s'exprimer plus amplement que sur le blog dans la mesure où les contraintes du « traitement rédactionnel » et du « traitement graphique »²⁰ sont moins omniprésentes dans le dispositif de production du texte et de l'objet. En utilisant des éléments issus du blog, Gold Flake Paint crée son propre langage graphique dans le magazine par des jeux d'échos sémiotiques et de métissages des conventions de l'imprimé et du numérique. L'appropriation du langage graphique se fait chez Gold Flake Paint par certains choix de mise en page comme des espacements particuliers et les retraits à droite (aux pages 5, 13 ou 27 du premier numéro du magazine), des mots qui “sortent” du cadre du texte (aux pages 32, 35 ou 73), des illustrations qui envahissent les marges (aux pages 38 et 39), ou encore la couleur orange qui occupe tout l'espace de la page (aux pages 54 à 59 et 82 à 87). Le code couleur s'empare également de certaines photographies, qui sont pour la plupart des illustrations inédites et non pas fournies par les labels ou les services de relations presse (comme aux pages 67, 79, ou 81).

À la page 54 débute un article intitulé « *A Summer's Listening* » sous la forme d'une liste de recommandations composée de courtes chroniques d'albums sortis pendant l'été 2018. S'opère ici un renversement du sens de lecture puisque le texte se présente de façon horizontale et non plus verticale. Ce changement d'agencement de la page s'accompagne d'une hégémonie de la couleur orange qui envahit le fond mais aussi le texte et les photos comme si on y avait appliqué un filtre. La hiérarchie du texte s'exprime alors au travers du

¹⁹ Pain Jean-Pierre. La « parole graphique » du journal. In: *Communication et langages*, n°32, 1976. p. 95

²⁰ Ibid

camaïeu d'orange et du jeu sur les tailles des polices et de la mise en gras, en italique ou en majuscules pour distinguer les noms des artistes, les titres des albums et les labels sur lesquels ils sont sortis. Les trois premières pages de cette section s'organisent en quatre chroniques dont une mise en avant par décalage et changement d'échelle de la pochette du disque en question. Puis la page suivante se présente avec cinq chroniques de même dimension organisées en colonne, tandis que la dernière page est entièrement occupée par une seule chronique. Les pages de cette section ne sont pas numérotées et un système de symboles est utilisé pour signer les chroniques plutôt que d'utiliser les noms complets ou les initiales des rédacteurs. Ces choix distinctifs de mise en page permettent au texte d'échapper pour partie à des conventions graphiques de l'imprimé tout en prenant une grande liberté par rapport à la forme numérique du blog. Les supports informatisés se présentent, en effet, pour la plupart dans un dispositif qui invitent le lecteur à faire défiler le texte verticalement tandis que l'imprimé s'appuie majoritairement sur le format du *codex*, comme support livresque relié dont il faut tourner les pages de droite à gauche. En effaçant certains signes comme la pagination ou la signature, et en renversant certaines caractéristiques courantes de mise en page, Gold Flake Paint semble façonner sa propre parole graphique et la mettre au service du fond par le discours d'authenticité et la posture éditoriale.

Si ce genre de procédé de mise en page inaccoutumée existe ailleurs dans l'édition de presse (je pense ici à l'hebdomadaire *Le 1* qui se déploie au format carte routière qui se présente plié au format A4), selon Jean-Pierre Pain « chaque magazine a donc une parole graphique qui lui est propre »²¹. Cela tient à la fois à une identité visuelle qui le rend reconnaissable et à une mise en forme graphique qui en fait un objet singulier. « La forme n'est pas neutre, [...] elle subit un traitement graphique qui n'est pas étranger à toute idéologie. »²² et chez Gold Flake Paint, cette forme imprimée où s'exprime la parole graphique se fonde sur le discours de l'authenticité, le discours de la transformation et les échos entretenus avec sa forme numérique. L'idéologie portée par cette parole graphique tiendrait ainsi de l'idée d'indépendance, du *Do It Yourself* (DIY), du « fait main », tout en témoignant d'une volonté d'esthétisation de l'objet avec de fortes prises de position graphique et de mise en page. Au cours de sa transformation, Gold Flake Paint semble exploiter les zones grises, les situations d'entre-deux pour conserver certains éléments, pour en évacuer, en altérer ou en créer d'autres. En façonnant sa nouvelle matérialité, le

²¹ Op. cit. p.110

²² Op. cit. p.111

magazine ne rompt pas avec le blog et Gold Flake Paint s'efforce de ne pas y compromettre le positionnement énonciatif construit avec le blog au long de ces huit années d'existence.

3. Énoncer la continuité pour éviter la rupture.

Dans cette logique du discours de la transformation et du positionnement graphique de la nouvelle forme magazine, il s'agit pour Gold Flake Paint d'énoncer sa continuité pour éviter la rupture. Éviter la rupture avec ses abonnés sur les réseaux sociaux, éviter la rupture avec les lecteurs du blog, éviter la rupture avec leurs contacts privilégiés dans l'industrie musicale (labels, PR, managers, etc.). En énonçant la transformation dans le billet de blog, il était question d'annoncer également une continuité prospective. En introduisant le magazine par son ancrage dans la longévité du blog, il s'agissait de mettre en avant la transition d'une forme à l'autre. Cependant le lancement du magazine n'équivaut pas à la disparition du blog et des réseaux sociaux associés. Les outils numériques sont requalifiés pour la promotion et la diffusion du magazine. Pour éviter la rupture, il semble que Gold Flake Paint cherche à installer une complémentarité entre le numérique et l'imprimé pour maintenir sa position et son positionnement énonciatif. Ce sont toujours les mêmes personnes qui parlent, mais par des biais, des canaux différents qui se complèteraient. Si les deux formes ont intrinsèquement des matérialités différentes, elles partagent certaines rhétoriques qui participent notamment de la construction de cette idée de complémentarité. Dans son article « Média imprimé et média informatisé : le leurre de la complémentarité », Valérie Jeanne-Perrier interroge la notion de complémentarité :

« Pourquoi traiter de la complémentarité aujourd'hui ? Pour souligner que, de même que le texte ne disparaît pas devant l'hypertexte, la presse papier ne recule pas à mesure que naissent les sites de journaux sur l'internet. Mais surtout pour montrer, à travers l'analyse précise des écrans, que les formes de ces derniers peuvent refléter les effets en retour de tout emprunt d'un support à un autre ; l'objet journal, comme identité composite, engendre des rapports reconfigurés entre genres, usages d'écriture et de lecture, messages et supports, modes d'organisation et de gestion du temps. »²³

²³ Jeanne-Perrier Valérie. Média imprimé et média informatisé : le leurre de la complémentarité. In: *Communication et langages*, n°129, 3ème trimestre 2001. Dossier : Internet vu du journalisme. p.50

Cette réflexion menée en 2001 traite majoritairement de la digitalisation de la presse d'information. Ce qui est intéressant ici est de voir comment Gold Flake Paint s'inscrit dans le mouvement inverse en passant de l'écran au papier, sans pourtant tuer sa forme numérique comme la digitalisation n'a pas tué l'impression. Les échanges entre les formes se sont développés, voire intensifiés. « À l'observation des liens et des circulations du sens entre les différents supports d'un même titre, on s'aperçoit que chacun des supports marque bel et bien ses propres frontières. Il institue un espace scripto-visuel (aire de la page ou de l'écran), qui associe un ensemble de codes pour produire une image globale du texte de presse. »²⁴. Pour Gold Flake Paint, les frontières entre blog et magazine sont effectivement énoncées sans pour autant empêcher des signes de circuler d'une forme à l'autre. En énonçant la métamorphose, en l'accompagnant d'un discours de la transformation et en créant des échos sémiotiques, Gold Flake Paint s'attache à produire cette « image globale du texte de presse »²⁵ pour éviter la rupture dans l'énonciation.

Il semble dès lors qu'une identité se développe, plus large que simplement celle du blog ou du magazine mais celle de Gold Flake Paint comme une entité englobante des deux formes. Une « identité composite »²⁶ dont les éléments se voient rassemblés par le nom : Gold Flake Paint, qui constitue la clef de voûte de la continuité recherchée dans la transformation. Le nom de la publication, qu'elle soit informatisée ou imprimée, est au principe de la position énonciative : qui on est et de quoi on parle ; du positionnement énonciatif : à qui l'on s'adresse et comment ; de la construction de la posture énonciative : comment co-construire la charge symbolique, le caractère évocateur du nom pour l'équipe de Gold Flake Paint et pour les lecteurs. Créer cette cohérence par le nom permet d'établir une *persona*, au sens d'image publique, afin d'accompagner la transformation. Selon Valérie Jeanne-Perrier : « l'importance du nom, qui, décliné sous forme de logo ou d'adresse URL, devient l'un des signes passeurs les plus importants dans la presse en ligne. Bien que sur l'internet, il perde de sa noblesse, en conséquence de la contraction des termes qui le composent (lemonde, lefigaro, leparisien...), il renvoie à une identité unique, une marque éditoriale forte »²⁷. Dans le cas de Gold Flake Paint, le nom a gagné ses lettres de noblesse sur internet en se déclinant sous forme de logo, d'URL (goldflakepaint.co.uk, patreon.com/goldflakepaint, goldflakepaint.bandcamp.com) et de différentes typographies : Gold Flake Paint, GoldFlakePaint, GFP ou encore @GoldFlakePaint sur Twitter et

²⁴ Op. cit. p.52

²⁵ Ibid.

²⁶ Op. cit. p.50

²⁷ Op. cit. p.56

Facebook et @gold_flake_paint sur Instagram. Cette dissémination du nom participe d'une identité unique mais protéiforme et appuie l'idée d'une marque éditoriale forte et diversifiée. La présence de Gold Flake Paint sur une pluralité de plateformes témoigne d'un réseau de signes passeurs qui renvoient aux différentes formes et aux divers formats et y circulent, composant ainsi l'identité qui appuie la continuité dans la transformation.

Cette conversation entre les formes contribue à ce que Valérie Jeanne-Perrier décrit comme « un processus particulièrement prégnant de mise en abîme des formes textuelles, selon deux logiques - tissage et citation - qui conduisent à produire une sorte d'intertexte continu, diffus et permanent »²⁸. Cet intertexte, déjà présent dans le blog via les liens hypertextes et les signes passeurs renvoyant à des plateformes tierces, se déploie vers le magazine à partir de l'énonciation de la transformation dans le billet de blog par la référence au projet imprimé. Il se développe ensuite dans le premier numéro via les échos sémiotiques et les références au blog, et au numérique plus généralement. En mettant ainsi en abîme les formes textuelles, il s'agit de tisser entre elles des rapports de coexistence plus que de complémentarité. Il n'est pas question d'interdépendance des formes mais d'une transition vers leur concomitance, loin d'une rupture ou d'une insuffisance de l'énonciation. Pour que la transformation souhaitée ait lieu, il faut la préparer, la construire, pour la dire et la faire.

La mise en abîme des formes textuelles participe donc de la continuité construite par Gold Flake Paint. Elle repose pour partie sur le caractère performatif du discours de la transformation. Cela s'exprime au moyen des formes rhétoriques quand il s'agit d'évoquer les changements à venir sur le blog ou advenus dans le magazine, et par les traces d'oralité qui développent un imaginaire de la proximité. Cette proximité fabriquée par le discours soutient la continuité énonciative auprès du lectorat. Ces procédés rhétoriques sont constitutifs à la fois des formes textuelles et du geste énonciatif. Du billet de blog à l'introduction du magazine se tisse cet intertexte entre les supports qui réaffirment dans le même temps leurs frontières. Ce discours diffus cultive une situation d'entre-deux en restant évasif. On peut ainsi lire sur le blog « *Some things will remain, and some will change* » [certaines choses resteront, et d'autres changeront] sans plus de précision ; énoncé auquel répond « *But things change, sometimes by choice, sometimes by design* » [Mais les choses changent, parfois par choix, parfois par dessein] dans le premier numéro du magazine. La transformation est annoncée, énoncée mais reste indéfinie dans ses formes et dans ses motivations, se référant seulement à des « choses » indéterminées. L'utilisation des

²⁸ Op. cit. p.58

marques de l'oralité semble permettre une prise de position plus nette quant aux changements de formes. On trouve sur le support numérique des occurrences de cette oralité annonciative :

« *I'm also here to tell you that today is the last day of GoldFlakePaint as a daily music blog* » [Je suis aussi là pour vous dire/annoncer qu'aujourd'hui est le dernier jour de GoldFlakePaint en tant que blog musical journalier/quotidien]

« *So from today, GFP is no longer A Music Blog but we absolutely live on regardless* » [Donc à partir d'aujourd'hui, GFP n'est plus Un Blog Musical mais nous continuons absolument d'exister quoi qu'il en soit]

Le blog sert donc de support pour signifier sa propre fin en définissant ses frontières par la formulation « *music blog* » qui se capitalise solennellement en « *A Music Blog* », et sa propre temporalité (« *daily* », « *today is the last day* », « *from today* »). La cessation de l'activité du blog s'accompagne néanmoins de l'idée de la survivance de l'entité Gold Flake Paint, de l'existence de l'identité du nom, du titre, hors de la forme numérique laissée en suspens. Le discours porte pourtant un paradoxe qui pourrait émaner de la volonté d'éviter la rupture en énonçant la continuité, la persistance de l'instance énonciative :

« *So this isn't the end - not at all - it's just a short shift of things. [...] But it is a big change, and one we're incredibly excited for [...] and I hope you join us on this new ride too.* » [Ce n'est donc pas la fin - pas du tout - c'est juste un petit réarrangement des choses. [...] Mais c'est un grand changement, nous sommes incroyablement excités à cette idée [...] et j'espère que vous vous joindrez à nous dans cette nouvelle aventure aussi.]

C'est donc la fin d'une forme mais pas de l'existence de Gold Flake Paint qui est énoncée. Les « choses » qui composent la forme sont ainsi distancées au profit de la métaphore de la transformation. Le billet de blog se conclut par « *This isn't the end so I won't say goodbye* » [Ce n'est pas la fin donc je ne dirai pas adieu] alors qu'il est précisément intitulé « *A Goodbye From Us / A New Chapter* ». Ces contradictions sous-tendent le discours de la continuité comme pour éviter la dichotomie, refuser un système d'oppositions manichéennes entre les notions de média imprimé/informatisé, virtuel/réel, en ligne/hors ligne, matériel/immatériel... et ainsi empêcher une rupture avec le lectorat et avec l'identité

construite jusqu'ici. Le premier numéro du magazine opère alors un retour à la forme et au discours informatisés pour poser les bases de la nouvelle matérialité et des nouvelles frontières formelles de Gold Flake Paint :

« So, hi, hello, welcome to a new chapter of GoldFlakePaint.

This is how we exist now; in the real world, in your hands and homes. »

[Alors, salut, bonjour, bienvenue à/dans la nouvelle version de GoldFlakePaint.

C'est ainsi que nous existons désormais; dans le monde réel, dans vos mains et vos foyers.]

On y retrouve les marques de l'oralité (« *So, hi, hello* »), de la nouveauté avec la formule de bienvenue et une référence directe au titre du billet de blog (« *a new chapter* »). Le discours de la transformation prend ici la tournure de l'aboutissement (« *how we exist now* ») et inscrit la matérialité de l'objet magazine dans une réalité qui semble s'opposer à une virtualité supposée du média informatisée (« *in the real world* »). L'imaginaire de la proximité glisse ici vers un imaginaire qui tiendrait presque de l'intime en faisant appel à la corporéité (les mains) et de la sphère privée de la maison. L'intertextualité se tisse donc entre les supports dans un double mouvement : du blog vers le magazine avec un discours d'annonce prévisionnel ; du magazine vers le blog dans un discours d'aboutissement de la transformation et de la matérialité. Si les deux formes de Gold Flake Paint sont liées et se renvoient l'une à l'autre, elles ne sont pas interdépendantes, ni complémentaires, dans la mesure où le lecteur (initié ou non) n'a pas besoin des deux supports pour saisir le discours de la transformation. Du fait de cette construction discursive, il n'y a pas de rupture entre les formes numérique et imprimée bien que les frontières des supports soient marquées.

Énoncer la continuité pour éviter la rupture, c'est aussi pour l'énonciateur l'occasion de réaffirmer sa position énonciative, sa posture éditoriale au-delà du processus de transformation. Le magazine Gold Flake Paint est positionné comme un endroit pas seulement pour découvrir des nouveautés musicales mais aussi pour lire à propos de musique de vous aimez déjà (« *somewhere not just to discover new music but to read about music you already love* »). Il s'agit donc de s'inscrire à la fois dans la cadence de l'actualité et dans l'appréciation atemporelle, mais surtout de continuer de représenter la musique par le texte au prisme des contraintes de l'imprimé. Si le support blog permettait de mêler sur un même écran texte, vidéo et audio, la page du magazine doit faire entendre, voir, percevoir la musique autrement que par le biais des formats audiovisuels. Aux pages 94 et 95 du

premier numéro se présente un format intitulé « *Handwritten lyrics to our favourite songs* » [Paroles manuscrites de nos chansons préférées]. La section se présente sur une double page ou s'allient énonciations, textes et images. Énonciations au pluriel car si les titres et les éléments de mise en page dépendent de l'instance du magazine, le texte introductif et le fac-similé manuscrit émanent d'une artiste, Nandi Rose Plunkett en l'occurrence.

Ce format est multimédia dans la mesure où il fait intervenir la page du magazine, le fac-similé, la poésie mais aussi la matérialité reproduite du papier d'origine : « *I'm happy to share [« Lavender Burning »] now in its original poem form on paper that I handmade from recycled materials, old beet rinds, and grass from my backyard.* » [Je suis heureuse de partager [« Lavender Burning »] sous sa forme originelle de poème sur du papier que j'ai fait à la main à partir de matériaux recyclés, de vieilles pelures de betterave, et d'herbe de mon jardin]. Ce caractère pluri-médiatique tient plus de la technique mixte en arts plastiques que de l'intégration de lecteurs audiovisuels sur une page web mais propose une perception de la musique au-delà de la rédaction d'un article. Cette hybridation du format du texte imprimé s'inscrit dans la continuité de l'hybridité du blog et du positionnement énonciatif de Gold Flake Paint. Les paroles manuscrites renvoient au geste même de l'écriture, et la chanson à sa forme physique première, celle de l'écrit. On retrouve dans le texte d'introduction de cette section la rhétorique de la sincérité, le ton du témoignage et le *storytelling*. L'utilisation du format fac-similé engage également la notion d'authenticité, tant matérielle qu'énonciative, du discours rapporté dans les pages du magazine.

Publier ce genre de contenu hybride et singulier permet à Gold Flake Paint de se positionner en creux et d'affirmer sa posture éditoriale par rapport à l'environnement médiatique dans lequel le magazine se place désormais. On trouvait déjà sur le blog l'anticipation de ce glissement éditorial dans la description du projet du magazine : « *producing something tangible and more considered* » [produire quelque chose de tangible et de plus réfléchi/considéré]. Le terme anglais « *considered* » pourrait renvoyer ici à la démarche de rédaction qui se veut plus approfondie de la part de l'énonciateur mais aussi à la manière dont la forme imprimée serait perçue par les lecteurs et/ou par les professionnels de la presse et de la musique. Le format magazine serait plus considéré, mieux estimé, que la forme numérique du fait d'une « noblesse » (pour reprendre l'expression de Valérie Jeanne-Perrier) reconnue par les professionnels. Une différence de réception commentée en filigrane dans l'introduction du magazine :

« *Produce work that we know to be both powerfully important and deserved of its place at an ever-shrinking table* » [Produire un travail dont nous savons qu'il est à la fois puissamment important et qui mérite d'avoir sa place à une table de plus en plus étroite.]

« *The old and the new; the big and the small, all on equal footing, as it should be.* » [L'ancien et le nouveau; le grand et le petit, tous sur un pied d'égalité, comme il se doit.]

Le commentaire, voire la critique sous-jacente, est adressé à la presse musicale qu'elle soit numérique ou imprimée et aux *gatekeepers* qui mettent en compétition artistes, petits et grands, indépendants ou accompagnés par des *majors* dans la hiérarchisation et la diffusion de l'actualité, des informations et de la critique. L'expression « *an ever-shrinking table* » [une table de plus en plus étroite] fait référence à la perception des médias dominants qui monopoliseraient l'espace médiatique au détriment de médias indépendants considérés comme plus modestes. Cette hiérarchisation des instances énonciatives dans les médias se fonderait sur le caractère « expert » perçu par le lectorat de la presse musicale.

B. La presse musicale alternative, la presse indépendante et les nouvelles technologies de l'information et de la communication

À l'heure des algorithmes de recommandation, les plateformes de streaming comme Spotify, Deezer, Apple Music, Tidal ou Youtube Music, nous proposent d'écouter les dernières « nouveautés », « sorties », « découvertes ». Ces informations sont compilées dans des playlists personnalisées produits par des outils informatiques automatisés à l'aune de nos pratiques individuelles en mesurant et quantifiant nos usages. Les réseaux sociaux sont également des sources d'informations et des relais de diffusion de l'information régis par des algorithmes qui nous proposent des contenus en fonction de nos usages individuels et collectifs. Dans le cadre de l'économie de l'attention, concept emprunté à Yves Citton, les flux d'informations et de nouveautés semblent incommensurables, appelant ainsi l'intervention d'un tiers pour y faire le tri : un algorithme, un média, un individu... La presse musicale n'a toutefois pas attendu les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) pour endosser ce rôle de filtre dans une démarche d'intermédiation entre l'industrie musicale et les lecteurs mélomanes. S'il existe des publications alternatives aux magazines musicaux à grand tirage depuis les fanzines punk de la fin des années 1970,

les outils de publication assistée par ordinateur (PAO) leur ont permis de se multiplier sur différents supports comme les blogs spécialisés ou les magazines indépendants. C'est dans ce contexte que la transformation de Gold Flake Paint se révèle intéressante car elle semble aller à contre-courant des paradigmes actuels et jouer de la porosité des frontières des formats de presse. Je tenterai ici de faire la différence entre :

- une « presse alternative » non-professionnelle et non-commerciale,
- une « presse indépendante » à faible tirage et peu conventionnelle,
- une « presse traditionnelle » à grand tirage, commerciale et institutionnalisée,
- des médias numériques qu'ils soient liés ou non à des titres de presse.

Ces divers formes et formats se placent et se déplacent sur des spectres formel, économique et professionnel, brouillant les frontières des supports.

1. Fanzines, blogs, magazines : le spectre formel de la publication musicale.

Le traitement de l'actualité musicale peut prendre des formes diverses : relais sur les réseaux sociaux, articles de presse, billets de blog... Il s'agit ici de faire un rapide tour d'horizon des formats de la presse musicale au sens large pour montrer comment la transformation de Gold Flake Paint navigue entre des catégories poreuses et profite des zones grises et des interstices pour construire une posture éditoriale singulière. Comme évoqué précédemment, le positionnement de Gold Flake Paint repose largement sur une rhétorique de la sincérité et un discours de l'authenticité qu'on retrouve de manière assez caractéristique dans les fanzines. Samuel Etienne définit et caractérise la presse musicale alternative au prisme du fanzine rock :

« L'élément fondamental de la presse alternative qui accompagne ces courants de musiques amplifiées auxquelles on donnera par commodité le qualificatif généraliste de musiques rock est désigné sous le terme de fanzine, contraction de *FANatic magaZINE*, littéralement « magazine de fans ». Les fanzines musicaux naissent réellement avec le mouvement punk, inspirés par une presse parallèle, plus ou moins clandestine et faiblement diffusée, en pleine expansion depuis les années cinquante

et la culture beatnik (*The Village Voice* à New York ou *Creem* de Lester Bangs, par exemple). »²⁹

Le fanzine est présenté comme une source alternative d'informations et de promotion qui s'inscrit dans une « entreprise para-journalistique »³⁰. Au principe même du fanzine musical, on retrouve la volonté de partager sa passion pour la musique qui est au cœur du discours de Gold Flake Paint. Toutefois ni le blog, ni le magazine Gold Flake Paint n'adopte la position énonciative du fan comme certains zines concentrés autour d'un seul genre musical ou d'un seul artiste. Une autre des caractéristiques du fanzine tient dans sa fabrication artisanale, DIY, fait main, bricolée, qui laisse place à une grande liberté éditoriale. Le fanzine se compose en effet souvent de divers médiums comme l'écriture manuscrite, l'illustration, la photographie ou le collage qui se trouvent assemblés lors de l'impression ou par la photocopie. L'impression d'un fanzine se fait souvent « illégalement », sur un lieu de travail en dehors des heures d'ouverture par exemple ; sa distribution est généralement gratuite et s'opère dans des lieux symboliques comme chez des disquaires, dans des salles de concerts ou même simplement en passant de mains en mains. Il est possible ici de faire un parallèle avec le format hybride de la section « *Handwritten lyrics to our favourite songs* » [Paroles manuscrites de nos chansons préférées] du premier numéro de Gold Flake Paint dans lequel on trouve également des illustrations, qui tiennent plus du croquis artistique que du dessin de presse. Si l'impression du magazine Gold Flake Paint est faite de manière professionnelle, sa distribution reste dans cette logique de réseau et de proximité qu'on trouve dans le fanzine. Dans le premier numéro, il y a à la page 96 une liste de lieux où trouver des exemplaires du magazine : des disquaires, des labels et des café-concerts majoritairement au Royaume-Uni et quelques adresses aux États-Unis. Ces lieux sont liés à la situation personnelle de Ton Johnson, originaire de Bristol et installé à Glasgow, villes dans lesquels se trouvent la majorité des points de vente.

Selon Samuel Etienne, « cette nouvelle presse tranche donc fondamentalement avec la presse traditionnelle de par sa facture. Mais elle s'en distingue aussi par son contenu : le fanzine se veut alternatif et radical »³¹. Le fanzine serait donc porteur d'une radicalité qui s'exprime soit par un contenu directement politique soit par une idée de transformation

²⁹ Étienne Samuel, « « First & Last & Always » : les valeurs de l'éphémère dans la presse musicale alternative », *Volume !* [En ligne], 2 : 1 | 2003, mis en ligne le 15 mai 2005, consulté le 12 novembre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/volume/2303> ; DOI : 10.4000/volume.2303, p.6

³⁰ Op. cit. p.5

³¹ Op. cit. p.7

sociale ; et d'une dimension alternative dans la mesure où il exprime une volonté d'exister en dehors ou en périphérie du système. C'est ce qui participe selon Dick Hebdige à faire vivre une « sous-culture », non pas dans le sens où cette culture alternative aurait moins de valeur que la culture *mainstream* mais dans la mesure où elle existerait dans les marges plus « *underground* ». Dans le cas de Gold Flake Paint, c'est plutôt le caractère alternatif qui prime dans la mesure où le magazine ne se présente pas comme professionnel, conventionnel, traditionnel. On y retrouve toutefois l'idée de mettre en avant les voix marginalisées, qui ne trouvent pas nécessairement leur place dans une presse spécialisée à grand tirage. Le magazine Gold Flake Paint pourrait dès lors être rapproché du fanzine dans la mesure où il s'agit d'une « occupation des niches musicales délaissées par la presse commerciale »³². Samuel Etienne souligne toutefois que les fanzines pérennes ont souvent adopté un mode de fonctionnement issu de la presse traditionnelle, situation proche de celle du magazine Gold Flake Paint qui conserve néanmoins le « caractère hybride de la figure de l'éditeur-auteur »³³ caractéristique à la fois du fanzine et du blog. Le fanzinat est marqué par trois facteurs majeurs : la déprofessionnalisation, la décapitalisation, la désinstitutionalisation. Autrement dit, la production d'un fanzine se fait par des fans et non par des journalistes, ne s'appuie pas sur un capital et n'a pas d'objectif économique et n'est pas affiliée à une institution comme un groupe de presse ou une maison d'édition. Le fanzine s'appuie plutôt sur « un capital symbolique fort auprès des groupes et des lecteurs »³⁴. Capital symbolique que l'on retrouve chez Gold Flake Paint et qui sous-tend aussi bien son discours de la transformation que son positionnement énonciatif.

Le fanzine, qui est intrinsèquement une forme libre de conventions, a connu et connaît encore des hybridations de formats. Samuel Etienne donne l'exemple des « *perzines* » qui « se rapprochent des journaux intimes et sont des œuvres essentielles personnelles (*PER*sonal *ZINE*), ce sont des précurseurs tangibles des *blogs* qui pullulent désormais sur Internet »³⁵. Si le format du fanzine continue d'exister, la logique de proximité de sa distribution s'efface du fait de l'usage croissant des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) et des réseaux sociaux en particulier. Les imaginaires du fanzine essaient et s'hybrident en entrant en contact avec les blogs et les réseaux sociaux.

³² Op. cit. p.12

³³ Jeanne-Perrier Valérie. L'écrit sous contrainte : les Systèmes de management de contenu (CMS). In: *Communication et langages*, n°146, 4ème trimestre 2005. Tout peut-il être média ? p.76

³⁴ Étienne Samuel, « « First & Last & Always » : les valeurs de l'éphémère dans la presse musicale alternative », *Volume !* [En ligne], 2 : 1 | 2003, mis en ligne le 15 mai 2005, consulté le 12 novembre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/volume/2303> ; DOI : 10.4000/volume.2303 p.24

³⁵ Op. cit. p.11

On peut citer par exemple Secret Meeting qui se présente dans sa biographie Instagram comme un zine musical en ligne et imprimé portant la voix alternative (« *An online & print based music zine providing the alternative voice* »). La production et la diffusion du format imprimé de ce zine s'appuie largement sur les outils informatisés et notamment sur la possibilité de le commander en ligne, en plus de pouvoir consulter des articles sur le blog (secretmeeting.co.uk). Autre exemple d'hybridation du fanzine, Ladyfuzz qui se présente sur Facebook comme un collectif créatif et un zine collaboratif fondé en juillet 2015. Mettant en valeur les meilleur.es créateur.ices féminines et masculins ne s'identifiant pas comme cis-genres dans le DIY et le style de vie, la musique et l'art alternatifs (« *Creative Collective and contributor lead zine founded in July 2015. Showcasing the best female and non-cis identifying male creatives in DIY and alternative lifestyle, music and art.* »). Cette publication est une initiative de Lucinda Livingstone, illustratrice et musicienne dans les groupes de pop-punk Cultdreams et Nervus. La position énonciative est ici radicale par le discours de soutien aux personnes marginalisées ; mais aussi plus professionnelle dans la mesure où l'énonciation n'est pas celle d'un fan mais de musiciens, acteurs de l'industrie musicale et des industries culturelles plus généralement. Le rendu d'impression et de reliure de ce zine témoignent aussi d'une qualité plus recherchée, moins DIY. La professionnalisation s'accompagne aussi de la question économique comme en témoigne le site internet de Ladyfuzz (ladyfuzz.co.uk) qui est en fait une boutique en ligne, un site marchand. Le fanzine est donc payant et distribué sur le web mais aussi à la table de *merchandising* lors de tournées. Ces hybridations entre supports numériques et imprimés, les moyens de diffusion physique et en ligne et la question de la marchandisation de la publication musicale se retrouvent également dans la transformation de Gold Flake Paint. Le magazine est en effet distribué en ligne via Patreon et Bandcamp mais se trouve également dans quelques lieux physiques choisis et symboliquement porteurs de sens comme les boutiques Rough Trade en Angleterre.

Un des points de contact entre fanzine et blog musicaux est sans conteste l'expression personnelle et la liberté éditoriale que semblent offrir ces deux formats. Les outils de PAO permettent d'évacuer en partie les contraintes de l'impression et de la distribution du fanzine, tout en maintenant une énonciation personnelle forte. Dans son entretien avec la revue Transversalités à propos de son ouvrage La démocratie Internet. Promesses et limites, Dominique Cardon déclare :

« Internet, et plus encore les réseaux sociaux, ont libéré les subjectivités des individus, et ils ont fait émerger des formes d'expression moins savantes comme la conversation, le bavardage, l'ironie qui, une fois rendues publics, permettent de nouvelles formes de mises en relation, de mobilisation. Cette oscillation permanente entre « petite » et « grande » conversation finit par donner une forme nouvelle d'action collective, opportuniste, sans centre, volatile et puissante. L'individu peut se lire dans son quotidien, en affichant ses goûts et ses centres d'intérêt, mais aussi en faisant connaître aux autres ses engagements, en participant à des collectifs, etc. »³⁶

C'est dans ce cadre « démocratique » d'Internet que se développent les blogs, en premier lieu sous la forme de journaux intimes où s'expriment ces subjectivités libérées, ces goûts et ces centres d'intérêt. Internet est décrit par Dominique Cardon comme « un espace dans lequel l'information est très fortement hiérarchisée. Mais elle ne l'est plus par les compétences professionnelles ou techniques des uns ou des autres ou par une autorité spécialisée, mais par les internautes collectivement, par des algorithmes qui donnent plus de visibilité aux pages les plus citées, les plus liées, les plus commentées »³⁷. Cette déprofessionnalisation qui rappelle le fanzine repose sur la facilité relative d'utilisation des CMS pour publier du contenu et des réseaux sociaux pour le diffuser. Cette liberté pourrait également expliquer en quoi l'écriture de l'intime se développe sur internet à travers les blogs. Oriane Deseilligny, chercheuse associée au Gripic, souligne toutefois que « l'écriture de blogs intimes n'est pas surgie *ex nihilo* à la faveur d'une offre technologique innovante, faisant table rase des modes d'écriture ancrés dans la société et rompant radicalement avec les pratiques antérieures »³⁸ et que « les formes textuelles et communicationnelles qui composent actuellement les blogs héritent de genres antérieurs et que l'écran en exalte et en révèle en même temps la permanente métamorphose »³⁹. Si les blogs personnels héritent des journaux intimes, le format connaît des spécialisations se cristallisant autour des centres d'intérêts de leurs auteurs comme la mode, la cuisine, le cinéma, la musique. La diversification et la spécialisation des blogs thématiques fait écho à celles de la presse magazine évoquée précédemment. La spécialisation des blogs entraîne des hybridations héritées d'autres formes. On observe ainsi le néologisme « webzine » dans lequel se

³⁶ Cardon, Dominique. « La démocratie Internet. Entretien avec Dominique Cardon », *Transversalités*, vol. 123, no. 3, 2012, p.68

³⁷ Ibid.

³⁸ Deseilligny Oriane. Du journal intime au blog : quelles métamorphoses du texte ? In: *Communication et langages*, n°155, 2008. L'écriture au risque du réseau. p.46

³⁹ Ibid.

croisent les outils informatisés du web, la notion de presse magazine mais pourquoi pas aussi celle du (fan)zine. C'est d'ailleurs en utilisant ce néologisme que Gold Flake Paint se présente sur Facebook : « *GoldFlakePaint is a Glasgow-based independent music webzine. We write nice things about the music that we love* » [GoldFlakePaint est un webzine indépendant basé à Glasgow. Nous écrivons de jolies choses sur la musique que nous aimons]. Description qui ne semble pas avoir été mise à jour depuis le lancement du magazine mais qui figure bien l'hybridation et les transformations menées par Gold Flake Paint.

Parallèlement au caractère subjectif, personnel et/ou passionné du blog et de la liberté d'énonciation qui en découle, il s'opère une rigidification des formes textuelles. Les écrits d'écran se formalisent au travers de normes imposées par les CMS. Selon Valérie Jeanne-Perrier, « si effectivement les sites produits à partir d'un CMS comportent la plupart du temps des similitudes pouvant faire songer à une marginalisation de l'énonciation éditoriale, ils s'ouvrent dans le même temps à un retour en force du sens du message, élaboré avec et dans les sillons tracés par l'architexte »⁴⁰. Si tous les avis ne se valent pas, ils valent tous d'être exprimés sur internet, du moins sur un internet dit « démocratique ». Les blogs s'emparent donc de la critique musicale qui était l'apanage de la presse culturelle spécialisée. Si la forme se standardise, l'énonciation reste éminemment subjective. La publication s'organise en entrées régulières par ordre antichronologique et parfois avec un système d'archives consultables en tout temps, contrairement au zine dont la publication est largement apériodique, souvent aléatoire, et dont la durée de vie est finalement très éphémère.

Le magazine se caractérise quant à lui par une publication périodique sur un temps long (de l'hebdomadaire au biennuel) et un format dans lequel domine une information approfondie et thématique ainsi qu'une attention particulière portée à l'illustration. Il se différencie du journal par une qualité supérieure du papier utilisé (papier glacé ou papier livre), les pages sont généralement reliées contrairement à celle d'un journal qui peuvent être libres ou agrafées. Selon Gilles Feyel, « la presse magazine paraît bien constituer un type de presse particulier, défini autant par sa forme que par ses contenus »⁴¹. Le format magazine porte donc une attention particulière à l'objet et à l'image du texte, ainsi qu'à la qualité et à

⁴⁰ Jeanne-Perrier Valérie. L'écrit sous contrainte : les Systèmes de management de contenu (CMS). In: *Communication et langages*, n°146, 4ème trimestre 2005. Tout peut-il être média ? p.72

⁴¹ Feyel, Gilles. « Naissance, constitution progressive et épanouissement d'un genre de presse aux limites floues : le magazine », *Réseaux*, vol. n° 105, no. 1, 2001, p.46

l'approfondissement de son propos. Jean-Marie Charon propose six caractéristiques pour dépasser cette définition descriptive et technique⁴² : l'importance du visuel, la périodicité et la déconnexion de l'actualité, la segmentation du public, le « contrat de lecture », la valorisation au sein des groupes de presse, l'internationalisation des concepts et affirme qu'« un magazine est donc un objet physique, un bel objet qui doit impérativement séduire. Il s'agit d'un objet qui ne prétend pas s'adresser à tout le monde, ni épuiser l'appétit du lecteur ». On retrouve dans la démarche de Gold Flake Paint la volonté de produire un « bel objet », de s'adresser non pas au plus grand nombre mais à une audience identifiée de ses « amis » et de ses « *followers* », et de traiter des nouvelles découvertes aussi bien que d'une musique déjà appréciée parmi lesquelles les lecteurs sont invités à piocher, à picorer pour reprendre la métaphore de l'appétit mobilisée par Jean-Marie Charon. La presse magazine est pourtant présentée dans la presse alternative comme le siège d'une critique institutionnalisée par la profession de journaliste, bien que les journalistes culturels et musicaux ne soient pas spécialement formés pour exercer cette activité en particulier. Il se développe dans les magazines musicaux un vocabulaire, une grammaire particulière de la critique musicale qui incorpore ce discours de la subjectivité et mobilise des procédés littéraires pour représenter la musique, assez loin donc du ton factuel recherché dans le journalisme d'information. La question de la standardisation de la critique musicale dans la presse magazine est soulevée par Chris Atton lorsqu'il souligne le fait que les fanzines et les titres de la presse alternative sont créés en réaction pour « résister au monoglottisme de la presse musicale commerciale »⁴³. Ce monoglottisme fait référence au discours standardisé de la presse commerciale mais n'entre pas nécessairement en opposition avec la polyphonie éditoriale des fanzines ou des blogs collaboratifs et de l'énonciation éditoriale d'un magazine indépendant.

À l'inverse Chris Atton souligne aussi que « l'identité « polyglotte » que [Eamonn Forde] ne déclarait trouver que dans une seule revue musicale à grand tirage des années 1970 se repère désormais dans une pluralité de publications musicales alternatives »⁴⁴. Les initiatives collaboratives et les publications alternatives se développent grâce à la mise en réseaux des individus scripteurs sur internet et à des plateformes de publication comme *Issuu.com* qui se décrit comme : « *Connecting content to people. A truly modern media company, Issuu gives anyone with digitally bound content the ability to upload and distribute*

⁴² Charon, Jean-Marie. *La presse magazine*. La Découverte, 2008

⁴³ Atton Chris, « Sociologie de la presse musicale alternative », *Volume !*, 5 : 1 | 2006, p.21

⁴⁴ Op. cit. p.23

their publications worldwide.” (Pour connecter le contenu aux personnes. Une entreprise média véritablement moderne, Issuu donne à tous les créateurs de contenu digital la capacité de mettre en ligne et de distribuer leurs publications à travers le monde). Sur cette plateforme de publication numérique, on trouve des magazines musicaux comme DIY, Crack, Loud & Quiet, So Young, Hooligan ou encore Gold Flake Paint. Cette interface permet de feuilleter quelques pages ou l’entièreté des magazines mais aussi de les acheter dans leur format digital. Si la plupart de ces magazines existent d’abord et avant tout dans une forme imprimée, certains se diffusent majoritairement via leur forme numérique comme Hooligan par exemple dont seulement certains numéros sont disponibles en physique. Publication alternative, on retrouve dans la présentation de leur page Facebook la critique sous-jacente du monoglottisme de la presse traditionnelle : « *Hooligan Mag was founded in January 2014 on the basis of community and a deep love for art. Our main goal has and will always be supporting artists and the work they make, specifically artists who are typically silenced in mainstream media. We aim to reinvent the norm by normalizing the alternative.*» [Hooligan a été fondé en 2014 sur la base de la communauté et d’un amour profond pour l’art. Notre objectif principal a été et sera toujours de soutenir des artistes et leur travail, en particulier ceux qui sont généralement réduit au silence par les médias traditionnels. Notre but est de réinventer la norme en normalisant l’alternative]. On retrouve chez Hooligan la mise en avant du goût pour la culture, des artistes émergents et la notion de communauté qui a été relevée précédemment dans le discours de Gold Flake Paint.

Pour clore ce tour d’horizon du spectre formel de la publication musicale, je ferai rapidement mention d’autres publications alternatives qui sont produites par des collectifs, polyglottes et polyphoniques, comme par exemple *Subbacultcha* aux Pays-Bas dont le nom même reprend l’idée de « sous-culture ». *Subbacultcha* distribue un journal bimensuel à ses membres et se présente comme une plateforme indépendante musicale et artistique dont l’objectif affiché est :

« *To promote the emerging acts we book and admire, we drop our unconventional broadsheet newspaper The Void every two months. Released in print and online, The Void features compelling written content and artistic photography that we commission from our international network of writers and photographers. But we wouldn’t be anywhere without our members, a group of curious people who are keen on discovering and supporting new music. They show up at shows, read our*

publications, talk music with us and have first-hand access to everything we do for a monthly fee of €9 »

[Promouvoir les artistes émergents que nous programmons et admirons, nous publions notre journal papier non-conventionnel *The Void* tous les deux mois. Publié en version imprimée et en ligne, *The Void* présente un contenu rédactionnel captivant et des photographies artistiques que nous commandons à notre réseau international d'auteurs et de photographes. Mais nous ne serions rien sans nos membres, un groupe de personnes curieuses qui ont envie de découvrir et de soutenir la musique actuelle. Ils viennent aux concerts, lisent nos publications, discutent de musique avec nous et ont un accès direct à tout ce que nous faisons pour un montant mensuel de 9 euros.]

Cet exemple centralise les notions communes aux différents formats de la publication musicale qui sont omniprésentes dans le discours de Gold Flake Paint : la prise de position pour les artistes moins représentés, le goût pour la musique, la volonté de produire un objet de qualité, la polyphonie de l'énonciation éditoriale, le caractère collaboratif et créatif, le soutien d'une communauté fédérée autour du titre. En cela, Gold Flake Paint se placerait entre une presse alternative engagée et une presse indépendante mais commerciale. Les frontières entre les formats de la presse musicale sont rendues poreuses par les outils informatisés qui permettent des mises en relation et des hybridations de formes nombreuses et diverses. Plutôt que de parler de catégories, il s'agirait de considérer le fanzine, le blog et le magazine comme les composants d'un spectre où les formes s'interpénètrent et s'influencent. Dans sa transformation, son discours et son positionnement, Gold Flake Paint déplace sans cesse le curseur sur ce spectre formel pour y adapter son énonciation.

2. Le discours de l'authenticité dans la presse musicale écrite et informatisée.

La publication de presse musicale, quel que soit son support ou sa forme, se fonde sur la critique au moyen de chroniques d'albums, de concerts, de titres ou de clips mais aussi d'interviews. Si une certaine presse spécialisée, qui se concentre sur des musiques dites « savantes » comme la musique classique ou le jazz, s'attache à faire de la critique une analyse technique des qualités et des défauts d'une production musicale ; la critique rock, et plus généralement des musiques actuelles, tend plutôt vers une question de goût

et de ressenti. Le langage de la critique rock s'appuie ainsi sur un vocabulaire métaphorique pour décrire des sensations et représenter la musique comme elle est perçue par celui qui l'écoute et qui en parle. Le discours de la presse musicale est ainsi ancré dans la subjectivité de ses énonciateurs. On retrouve donc ici la rhétorique de la sincérité dans la mesure où il s'agit d'y donner son appréciation, son avis sur une œuvre culturelle. Le « monoglottisme de la presse musicale commerciale » évoqué par Chris Atton fait ici référence aux discours des magazines à grand tirage qui auraient tendance à prendre la parole de la même manière, à propos des mêmes sujets, des mêmes groupes, des mêmes tendances qui feraient soi-disant vendre plus, laissant ainsi de côté nombres d'artistes, de groupes, d'albums : « l'un des leitmotiv habituels du rock est que le presse traditionnelle est "vendue", elle est support de l'industrie du disque : « *les tabloïds britanniques (NME, Melody Maker) qui accueillait autrefois de grands auteurs, sont devenus aujourd'hui les porte-parole officiels des compagnies discographiques intéressées, et de musiciens à l'existence éphémère.* » Il n'est donc pas étonnant que ce facteur soit l'un des premiers moteurs de création des fanzines »⁴⁵. Au rejet de cette logique commerciale s'ajoute un aspect plus social du discours de la presse musicale qui tendrait à donner plus de visibilité et peut-être une certaine légitimité à des styles populaires.

Si tous les avis valent d'être partagés sur l'internet démocratique, ce n'est pas forcément le cas dans la presse dont les titres spécialisés peuvent être plus critiques dans la détermination de ce qui est de « bon » ou de « mauvais » goût. Il est rare qu'un blogueur publie à propos d'un sujet ou d'un objet qu'il n'a pas aimé, ou bien cela s'explique par la frustration ressentie par rapport à l'attachement à l'objet en question. Certaines publications imprimées ne s'empêchent toutefois pas de critiquer des albums pour alimenter leur posture éditoriale, sous couvert de défendre le « bon goût » ou une posture qui se voudrait experte et subversive. Je pense notamment ici à des médias populaires qui utilisent des méthodes de notation pour critiquer un album comme Pitchfork qui attribue des notes sur une échelle de 0 à 10, Rock & Folk qui utilise un système d'étoiles ou Télérama qui accorde d'une à quatre « clefs » pour les œuvres musicales. La critique musicale ne repose pas sur des arguments objectifs ou factuels mais se fonde entièrement sur l'avis et le goût personnels de l'auteur de la chronique. La rhétorique de la sincérité joue donc un rôle prégnant dans le discours de l'authenticité de la presse musicale. La presse traditionnelle aurait ainsi

⁴⁵ Étienne Samuel, « « First & Last & Always » : les valeurs de l'éphémère dans la presse musicale alternative », *Volume !* [En ligne], 2 : 1 | 2003, mis en ligne le 15 mai 2005, consulté le 12 novembre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/volume/2303> ; DOI : 10.4000/volume.2303 p.14

tendance à intellectualiser la critique pour la contextualiser dans l'histoire de la musique ou en regard de la carrière de l'artiste et ainsi se placer dans une position d'expert ; alors que la presse alternative entrerait plus souvent dans l'appréciation de la musique par le prisme de faits personnels ou sociaux, se plaçant donc plutôt du côté de l'expérience. Le discours se construit donc sur un imaginaire de la proximité et de l'authenticité par une rhétorique de la sincérité et un *storytelling* mettant en avant la subjectivité des auteurs qui « mettent l'accent sur le plaisir personnel plutôt que sur l'intellect »⁴⁶. C'est ce positionnement qu'adopte Gold Flake Paint aussi bien pour le blog que pour le magazine, en partant des expériences et des sensations personnelles des auteurs. Un des formats conservés et mis en avant lors de la transformation vers l'imprimé est d'ailleurs celui de l'essai personnel qui laisse toute la place à la subjectivité des énonciateurs, à l'instar du fanzine.

Pour Samuel Etienne, le fanzine « possède alors un fort potentiel de reflet fidèle de la vie quotidienne »⁴⁷ et « représente un mode de communication horizontal nivelé et bidirectionnel (les fans parlent directement aux autres fans et ceux-ci ont la possibilité de répondre), alors que la presse dominante est un mode de communication vertical hiérarchisé et descendant (les professionnels (sous-entendus « spécialistes » autoproclamés) parlent aux profanes qui n'ont pas ou peu de possibilité de répondre) »⁴⁸. La presse alternative et les blogs spécialisés participeraient ainsi de cette conversation horizontale entre auteurs et lecteurs au moyen des réseaux sociaux et des sections de commentaires. On retrouve ici l'imaginaire de la proximité, alimenté par ces possibilités interactionnelles. Sur le blog Gold Flake Paint peut être observée la présence d'une section dédiée aux commentaires au pied des pages de billets publiés. Dans cette section s'affichent les commentaires postés à propos de la page en question mais aussi une sélection de commentaires issus d'autres billets, invoquant ainsi l'hypertextualité et l'intertextualité. Comme le montrent les diverses occurrences du logo « *Disqus* » dans cette section, il s'agit d'un *plug-in* de publication et de modération de commentaires ajouté au dispositif du blog. Cet ajout traduit une volonté d'interaction de l'auteur-éditeur du blog avec les lecteurs. On voit apparaître dans cette section le profil de Gold Flake Paint, un bouton de connexion (*login*) qui affiche un menu déroulant avec différentes options de connexion via Disqus, Facebook, Twitter ou Google. Cela renforce le caractère social et interactionnel

⁴⁶ Atton Chris, « Sociologie de la presse musicale alternative », *Volume !*, 5 : 1 | 2006, p.16

⁴⁷ Étienne Samuel, « « First & Last & Always » : les valeurs de l'éphémère dans la presse musicale alternative », *Volume !* [En ligne], 2 : 1 | 2003, mis en ligne le 15 mai 2005, consulté le 12 novembre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/volume/2303> ; DOI : 10.4000/volume.2303 p.8

⁴⁸ Op. cit. p.11

du blog au moyen de plateformes externes. Un avatar neutre (si nous ne sommes pas connectés) et un champ de saisie « *join the discussion* » [rejoindre la conversation] invite le lecteur à laisser un commentaire sur le contenu qu'il vient de consulter en se connectant via des boutons-icônes ou en inscrivant son nom. Les commentaires peuvent être recommandés en cliquant sur une icône en forme de cœur, partagés sur Twitter ou Facebook, triés selon trois critères : leur pertinence (selon la recommandation), leur ancienneté ou leur nouveauté. Les internautes peuvent aussi voter pour faire « monter » ou « descendre » les commentaires, y répondre, les partager, les masquer au moyen d'un signe moins (-) ou encore les signaler, participant ainsi à la modération de la discussion. Sous les commentaires se déploie une section « *Also on Gold Flake Paint* » qui rappelle les catégories « vous pourriez aussi aimer... » qu'on retrouve sur d'autres blogs ou sites internet. Cette sélection ne renvoie pas à des articles du blog mais à des commentaires laissés sur le site par des internautes et met en valeur les réactions plus que le contenu qui les a générées. Si cette possibilité de commenter n'existe pas pour la forme imprimée, elle se reporte sur les réseaux sociaux de Gold Flake Paint. Ces derniers permettent aux lecteurs de partager et de discuter du magazine et de son contenu, mais aussi d'interagir avec les auteurs qui peuvent à leur tour partager et commenter les réactions des lecteurs. Cette circulation transmédiatique travaille les notions et les imaginaires de communauté et de proximité en mettant à l'épreuve l'authenticité du discours lors de prises de parole périphériques à et de la publication musicale.

La subjectivité affichée et la conversation ainsi engagée avec le lectorat contribue à la construction d'un discours de l'authenticité et à la rhétorique de la sincérité de Gold Flake Paint, et de la presse musicale alternative plus généralement. La question du goût personnel des auteurs de la critique musicale s'inscrit également dans la construction d'une posture éditoriale singulière, loin d'être prudente ou modérée. Chris Atton souligne d'ailleurs que « ceci ne conduit pas nécessairement à une approche non-critique de la musique en question ; car il semble clair que ceux qui écrivent dans des fanzines sont plus à même d'être critique que ne le sont les journalistes de la presse commerciale. Pour ces derniers, un article négatif risquerait de produire une publicité dommageable pour cet artiste ou même pour son label »⁴⁹. Cela cristallise l'aspiration à l'indépendance de la presse musicale alternative, indépendance qui s'affiche dans la manière dont les publications se présentent, comme évoqué précédemment. Cette aspiration à l'indépendance et à l'alternative ne peut exister qu'en rapport, ici contradictoire, avec la presse traditionnelle. La posture

⁴⁹ Atton Chris, « Sociologie de la presse musicale alternative », *Volume !*, 5 : 1 | 2006, p.16

indépendante des titres de presse musicale se construit de concert avec le discours de l'authenticité dans la lignée directe du discours radical du punk et du rock à l'aune des idéologies et des valeurs des sous-cultures pensées par Dick Hebdige et travaillées par Chris Atton⁵⁰. S'il n'y a pas de rupture nette des conventions de la critique entre presse musicale imprimée et informatisée, la presse alternative —qui se développe dans les deux formes— présente une plus grande diversité de voix et de discours pour développer la critique elle-même comme une pratique de création de sens (« *develop criticism itself as a practice of meaning-making* »⁵¹). Cité par Chris Atton, Simon Frith définit les magazines idéologiques (« *ideological magazines* ») à partir de l'analyse des fanzines comme le moyen le plus efficace de faire se rencontrer un goût nouveau, alternatif, et des communautés à la fois musicales et idéologiques (« *the most effective way of putting together new taste and ideological musical communities* »). La terminologie “magazines idéologiques” s'étend donc au-delà du fanzine pour désigner le développement d'une critique musicale qui remet en cause les orthodoxies du journalisme musical populaire (« *the 'ideological magazine' as a site for the development of music criticism that challenges the orthodoxies of popular music journalism* »⁵²). À l'image du magazine indépendant Wire pris comme exemple par Chris Atton, Gold Flake Paint pourrait ainsi être considéré comme un “magazine idéologique” dans la mesure où la transformation du numérique à l'imprimé traduit non seulement un geste énonciatif fort mais aussi la construction d'une posture éditoriale alternative.

En effet, « la création d'un magazine comme tribune pour son propre point de vue et style d'écriture est assez rare au sein du journalisme classique »⁵³ selon Chris Atton. Dès lors, créer son propre espace d'expression, de critique et de création de sens est une prise de position forte en termes d'énonciation éditoriale. L'idéologie sous-culturelle au principe de la transformation de Gold Flake Paint viendrait alors d'une volonté de défendre l'indépendance, l'alternative, la polyphonie et le polyglottisme contre une standardisation de la presse musicale. La construction du discours et de la posture qui en découlent n'est donc pas adressée au plus grand nombre mais à un groupe de personnes partageant les mêmes idées et les mêmes valeurs. L'affirmation d'une appartenance à un tel groupe et le partage d'une identité revendiquée participe de l'imaginaire de proximité et se traduit dans la notion de « communauté ». Ce terme est souvent utilisé pour désigner des groupes indistincts

⁵⁰ Atton, Chris. “Writing about Listening: Alternative Discourses in Rock Journalism.” *Popular Music*, vol. 28, no. 1, 2009, pp. 53–67. *JSTOR*, www.jstor.org/stable/40212426.

⁵¹ Op. cit. p.54

⁵² Op. cit. p.57

⁵³ Atton Chris, « Sociologie de la presse musicale alternative », *Volume !*, 5 : 1 | 2006, p.19

d'internautes qui n'ont comme seul point commun de suivre une page, un média ou une personnalité sur internet. Il s'agit ici d'utiliser la notion de communauté pour désigner un groupe de personnes, qui correspondrait peu ou prou au lectorat potentiel de Gold Flake Paint ; des personnes qui ont un goût commun pour la musique d'abord, et qui ont pour intérêt manifeste cette idéologie de l'indépendance appliquée à la presse musicale. On retrouve ainsi des références à cette communauté aussi bien dans le discours du blog Gold Flake Paint que du magazine Hooligan ou du collectif Subbacultcha. D'un point de vue sociologique, Chris Atton affirme que « la presse commerciale cherche à développer des marchés pour ses publications qu'elle espère voir fonctionner comme les groupes sociaux existants — les journaux et les magazines cherchent à développer un sens de la communauté chez leurs lecteurs tout en encourageant ces mêmes lecteurs à s'imaginer comme étant uniques, comme les membres d'un groupe d'élite ou restreint »⁵⁴. Les adresses directes aux lecteurs et la forme de la lettre ouverte utilisées par Gold Flake Paint dans son discours de la transformation travaillent ainsi l'authenticité construite de l'énonciation et le développement de ce sens de la communauté. Le geste énonciatif engage donc également la formation d'un groupe, d'une communauté autour du magazine qui se compose de ses contributeurs d'une part et de ses lecteurs de l'autre. En ce sens, cette communauté constitue aussi le marché, certes de niche, de la publication Gold Flake Paint qui passe d'un accès libre et gratuit sur internet à un support physique payant et restreint. Le premier numéro du magazine était disponible en précommande et sa fabrication dépendait donc de l'investissement économique de cette communauté. Épuisé à deux reprises, le tirage de ce premier numéro connaît donc une diffusion limitée à ce groupe, à la fois communauté idéologique et marché économique. Cette question économique entre en tension avec le discours de l'authenticité et l'argument de la presse commerciale considérée comme « vendue ». Cette communauté se fonde aussi sur des pratiques sociales d'écoute, d'information et de consommation de la musique et de la presse musicale aussi bien pour les auteurs de Gold Flake Paint que pour leurs lecteurs.

3. Usages et imaginaires d'écriture et de lecture de la presse musicale.

Le discours de l'authenticité traverse donc les formes et les formats de la presse musicale et informe leurs usages et leurs imaginaires. Écouter de la musique, l'apprécier, la partager, la critiquer, en lire les critiques, s'en informer... tout cela relève de pratiques sociales et d'une appartenance à un groupe, une communauté de mélomanes avertis. Si la

⁵⁴ Op. cit. p.8

presse musicale est polyphonique et polyglotte, les lecteurs s'attachent alors à des voix singulières et à des avis subjectifs qui informent leurs goûts et leurs intérêts. Les lecteurs de Rock & Folk, de Pitchfork ou de Gold Flake Paint ne partagent pas nécessairement les mêmes idéologies mais recherchent un avis authentique à partager ou à désapprouver. L'écriture et la lecture de la presse musicale est dès lors loin d'être neutre. La subjectivité de la critique musicale produit une écriture allant à l'encontre de « l'effacement énonciatif dans la presse contemporaine » relevé par Sophie Marnett⁵⁵. Ce phénomène est analysé au prisme de la suppression des traces du locuteur dans ses énoncés au profit d'une parole rapportée jugée plus authentique. Le résultat recherché serait ainsi plus « objectif », plus professionnel, plus informationnel. La mise en exergue de la voix du journaliste, ou du moins de l'auteur, et de la subjectivité de son discours reste une caractéristique intrinsèque de l'énonciation dans la presse musicale. Néanmoins, comme le souligne Chris Atton, la presse musicale connaît également ce monoglottisme dû en partie à l'effacement énonciatif :

« Depuis les années 1980, la fragmentation et la spécialisation croissantes du champ musical global n'a pas eu pour effet la multiplicité de voix et de perspectives qu'on aurait pu attendre, et dont on trouve une expression dans les projets de médias alternatifs. À l'inverse, la consolidation du journalisme musical en tant que profession a concouru à une homogénéisation des voix, un "effacement des différences" entre les publications et leurs contributeurs. En dépit de l'émergence de publications à grand tirage très spécialisées (celles traitant de la danse, du rap et du hip-hop, du thrash metal, etc.), les impératifs économiques liés aux revenus publicitaires et à la maximisation de l'audience ont rendu tous ces magazines largement standards, et ce à plusieurs niveaux : la mise en page, le ton des articles et la structure organisationnelle (Forde, 2001) »⁵⁶

Les conventions de la presse traditionnelle semblent ainsi tendre à l'effacement de la subjectivité de la critique qui participe pourtant de l'imaginaire de la presse musicale. La professionnalisation mènerait donc à la dilution du discours d'authenticité. La singularité de l'énonciation éditoriale siègerait donc du côté de la presse musicale alternative. Le journalisme musical est peu structuré professionnellement dans la mesure où les critiques musicaux, particulièrement dans la musique rock, se forment de manière autodidacte.

⁵⁵ Marnette Sophie. L'effacement énonciatif dans la presse contemporaine. In: *Langages*, 38^e année, n°156, 2004. Effacement énonciatif et discours rapportés, sous la direction de Alain Rabatel. pp. 51-64.

⁵⁶ Atton Chris, « Sociologie de la presse musicale alternative », *Volume !*, 5 : 1 | 2006, p.18

Beaucoup d'auteurs qui écrivent sur la musique commencent par une activité amateur pour se forger leur ton, leur style et leur réputation. L'effacement énonciatif dans la presse commerciale se verrait donc contrebalancé par un caractère engagé et subjectif de l'écriture dans la presse alternative et indépendante. Tom Johnson, fondateur de Gold Flake Paint, n'est pas journaliste de formation mais s'appuie sur les huit années d'écriture du blog pour lancer un titre de presse imprimée. En construisant son discours et sa posture, il place la subjectivité et l'authenticité de l'écriture au cœur de la légitimité de l'activité de Gold Flake Paint et de la transformation du numérique vers l'imprimé. Comme le blog, le fanzine constitue aussi un tremplin vers la presse et l'industrie musicale pour la professionnalisation de certains rédacteurs. L'écriture de chroniques musicales dans la presse alternative imprimée ou numérique permet en effet à des individus d'acquérir de l'expérience et de s'intégrer dans une logique de réseau auprès des labels, des responsables de relations presse et des différents acteurs de l'industrie musicale pour s'établir dans une activité professionnelle dans la mesure où elle serait reconnue comme telle, et rémunérée. Fabien Hein affirme ainsi qu'il est possible d'« imaginer sans peine que le fanzine soit un laboratoire d'acquisition des compétences et dans le même temps, qu'il puisse constituer une passerelle ou un tremplin vers la presse rock magazine. Car éditer un fanzine permet de capitaliser un savoir-faire éventuellement valorisable et transférable dans des sphères d'activités rédactionnelles de type commerciale »⁵⁷. Cette réflexion peut être étendue aux blogs et aux publications indépendantes comme le montre la transformation de Gold Flake Paint.

Parallèlement l'imaginaire de l'écriture subjective, de l'authenticité et de la sincérité sous-tend aussi les pratiques de lecture. Lire la presse musicale, qu'elle soit alternative, indépendante ou commerciale, informatisée ou imprimée, relève de pratiques sociales. Choisir la source de l'information lue contribue à la construction d'une appartenance à un groupe, une communauté dans la mesure où l'écriture est porteuse d'idéologies et de valeurs. L'imaginaire de proximité entre également en jeu dans les pratiques *do it yourself* du fanzinat ou du blog dans la mesure où le lecteur peut se projeter dans une activité rédactionnelle sans saisir les contraintes et les conventions de la presse traditionnelle. Le principe d'écriture d'une chronique subjective implique que tout sujet énonciateur peut le faire, toute personne peut rédiger son avis, l'énoncer et le partager via des outils déprofessionnalisés comme les CMS, les outils de PAO ou la création d'un fanzine

⁵⁷ Hein Fabien, « Le critique rock, le fanzine et le magazine : « Ça s'en va et ça revient » », *Volume !*, 5 : 1 | 2006, p.91

éphémère. Toutefois peu d'amateurs saute le pas pour devenir eux-mêmes producteurs de contenu. L'imaginaire de la proximité accompagné d'une rhétorique de la sincérité engage ainsi auteur et lecteur dans un "contrat de lecture" qui se fonde sur la valorisation de l'avis exprimé et la confiance accordée à son énonciateur par le destinataire. Les usages et les imaginaires d'écriture et de lecture de la presse musicale sont toutefois à mettre en perspective.

Les pratiques professionnelles, ou du moins professionnalisantes, de l'écriture se partagent entre salariat, piges et bénévolat. Selon Fabien Hein, la presse rock en France est précaire et instable en termes d'employabilité, « ce qui concourt à démystifier une activité souvent enviée et idéalisée »⁵⁸. Écouter les albums avant leur sortie pour les chroniquer ou rencontrer les artistes pour les interviewer relèveraient d'avantages symboliques forts auprès des lecteurs mais les contraintes liées à la publication place l'énonciateur dans une situation où la presse magazine serait « vécue comme un frein à l'expression personnelle »⁵⁹. De fait, les impératifs et les conventions de l'édition de la presse traditionnelle pourraient aller à l'encontre de la liberté de ton d'un blog ou d'un fanzine. Si les usages, les pratiques et les imaginaires diffèrent entre le blog et le magazine dans le cas de Gold Flake Paint, l'énonciation s'efforce de conserver une continuité dans son énonciation, son savoir-faire et son statut d'expert construits au cours de son activité et de son développement. Il s'agit de faire des choix éditoriaux qui ont des conséquences non seulement sur l'activité professionnelle d'une publication mais également sur la vie personnelle des personnes impliquées. Tom Johnson décrivait ainsi l'activité du blog comme « *no longer favourable to either my health or happiness* » [désormais plus favorable ni pour ma santé, ni pour mon bonheur] dans le billet d'adieu publié sur le blog. La presse musicale alternative, indépendante et son pendant numérique présentent également des contraintes qui ont un impact sur l'énonciation mais qui sont peut-être moins visibles ou moins perçues par les lecteurs. Les imaginaires d'écriture des fanzines et des blogs sont nourris par l'idée du plaisir du partage sans pourtant dépeindre l'écriture comme un effort également, une implication personnelle. Si la transformation de Gold Flake Paint s'inscrit dans ces imaginaires et ces usages de la presse musicale, leur discours de l'authenticité se construit aussi sur le dévoilement des contraintes aussi bien concernant le blog que le magazine.

⁵⁸ Op. cit. p.97

⁵⁹ Op. cit. p.98

C. Les défis du renouvellement profond de la presse musicale.

La presse musicale se trouve à l'intersection des crises de l'industrie musicale et de la presse, secoués par les nouveaux usages du numérique. Le marché de la presse culturelle, musicale et généraliste s'en trouve fragilisé mais connaît un renouvellement de la proposition générale des titres qui disparaissent, apparaissent et se transforment. Des magazines rock comme Les Inrockuptibles, Magic ou Plugged ont ces dernières années changé leur formule pour se repositionner dans un milieu mouvant et chahuté en France. Les premiers ont ouvert leur ligne éditoriale à un format plus généraliste, les seconds ont connu un rachat et un changement d'équipe important, les derniers ont adopté un positionnement en fonction d'une audience masculine construite par les discours marketing. Au Royaume-Uni, le *New Musical Express* (NME), magazine rock de légende lancé en 1952 est passé à une formule gratuite en 2015 pour arrêter la publication papier en mars 2018 et devenir une publication en ligne uniquement du fait de la chute des ventes du magazine. Aux Etats-Unis, le magazine musical en ligne Pitchfork lancé en 1995 utilise les codes du blog puis des sites d'information. Il est racheté en octobre 2015 par Condé Nast, un groupe de presse qui détient également les magazines GQ, The New Yorker, Vanity Fair, Vogue, ou encore Wired. En janvier 2019, Condé Nast annonce que tous ces titres, y compris leurs pendants numériques, seront payants d'ici la fin de l'année. Les questions financière, économique et de rentabilité sont au cœur des changements qui s'opèrent dans la presse musicale., Dans une moindre mesure, ces questions sont aussi au principe de la transformation de Gold Flake Paint et évoquées dans leur discours comme une contrainte, nécessaire certes, mais le profit ne semble pas être un but en soi pour la publication du magazine. Dans un marché aussi concurrentiel et divers du fait du nombre importants de thématiques et de titres spécialisés, la presse magazine est en constant renouvellement pour que les titres survivent et durent. Il n'est plus question des caractères apériodique et éphémère du fanzine, ni des initiatives alternatives à but non-commercial.

1. La dynamique des groupes de presse et la logique commerciale, une norme dépassée ?

La presse magazine en France comme au Royaume-Uni s'organise autour de grand groupes et de « patrons de presse » qui détiennent les capitaux. On peut par exemple citer

Rupert Murdoch, l'actionnaire majoritaire de News Corporation, l'un des plus grands groupes médiatiques du monde ou le Groupe Mirror qui possède de nombreux titres nationaux et locaux. En France, plusieurs groupes se partagent le marché et on retrouve certains patrons de presse au capital de plusieurs magazines comme Xavier Niel ou Matthieu Pigasse qui a même créé son propre groupe Les Nouvelles Editions Indépendantes (LNEI) qui rassemble Les Inrockuptibles, Cheek Magazine, Radio Nova et participe à des titres comme Le Monde, L'Obs, Huffington Post, Télérama ou encore Vice France. Cette logique de groupes de presse régit et organise la presse magazine dans une logique commerciale. Certains titres aux aspirations plus indépendantes comme la revue XXI, l'hebdomadaire Le 1 ou le site d'information Les Jours n'échappent pas à cette logique de groupe mais dépendent plutôt de maisons d'édition.

Au sein de ces grandes machineries de la presse écrite, le magazine apparaît comme un chaînon dans les mécaniques économiques et peut être considéré comme une vitrine culturelle. Aux contraintes propres de la production et de la diffusion du magazine s'agrègent les contraintes économiques et financières des groupes. Le monoglottisme évoqué précédemment trouve ses racines également dans la standardisation des magazines par les groupes de presse. Même si selon Gilles Feyel le magazine est une forme malléable, il est souvent exploité à des fins marketing : « l'imagination et le dynamisme des créateurs - groupes de presse ou entrepreneurs individuels - ne subissent pas les contraintes qui s'imposent à la presse quotidienne. Les frais rédactionnels sont modérés par les périodicités plus longues et la spécialisation des contenus en fonction de publics visés, plus resserrés et mieux connus »⁶⁰. Cette segmentation du lectorat permet aux groupes de presse de faire de leurs magazines des supports de publicité privilégiés car spécialisés, et une source de revenus publicitaires importante et cruciale dans l'économie de la presse écrite. Gilles Feyel souligne d'ailleurs :

« Depuis les années 1950, la presse magazine est devenue un bon support publicitaire. Tout y concourt : la qualité de l'impression - en héliogravure ou offset - et du papier, la périodicité plus ou moins longue qui favorise la prise en main d'un même exemplaire par de nombreux lecteurs, la spécialisation des contenus et la segmentation des publics qui offrent aux annonceurs la certitude de toucher au plus près du public qu'ils souhaitent approcher, une audience nationale qui a permis aux

⁶⁰ Feyel, Gilles. « Naissance, constitution progressive et épanouissement d'un genre de presse aux limites floues : le magazine », *Réseaux*, vol. n° 105, no. 1, 2001, p.41

magazines, dès les années 1950, de relayer une presse quotidienne nationale repliée sur la région parisienne alors qu'elle rayonnait avant la guerre et depuis les origines sur tout le territoire national. »⁶¹

L'omniprésence de la publicité dans la presse magazine s'expliquerait donc par des motifs économiques et financiers et expliqueraient aussi en partie le monoglottisme de la presse commerciale dans la mesure où les annonceurs cherchent à investir dans des titres grand public et consensuels. La standardisation passerait donc aussi par la publicité et en creux par la question économique. En France la distribution de la presse est partagée entre deux entreprises les Messageries Lyonnaises de presse (MLP) et Presstalis qui assure la couverture de tout le territoire national. Au Royaume-Uni les services de distribution sont plus nombreux et plus éclatés. La filière de distribution à grand échelle est une opportunité pour les magazines de se diffuser largement et de faire grandir leur lectorat mais peut également apparaître comme un frein du fait de la pression économique qu'engendre une grande échelle.

Le lancement du magazine Gold Flake Paint s'inscrit donc dans le cadre de cette dynamique normative de la logique de groupe pour se positionner en porte-à-faux dans une démarche indépendante et alternative. La transformation du support numérique vers un support imprimé soulève les questions économiques du financement de la production du magazine mais aussi la question de la rentabilité en laissant en suspens le problème de la rentabilité. Un premier numéro en appellerait des suivants. Pour les magazines spécialisés dans la musique, la question se pose de rester confidentiel dans une niche spécifique ou de développer une marque et de la faire grandir. Néanmoins si la logique de groupes est une norme dominante, elle n'est pas la seule existante et de nouveaux défis se présentent dans la presse magazine et participent au renouvellement du genre.

2. Les nouveaux formats de magazines indépendants dynamisés par internet

Les outils informatisés de PAO permettent à de nouvelles formes de micro-édition de se développer bien au-delà des limites du fanzinat DIY. Les logiciels de mise en page encouragent et facilitent l'énonciation éditoriale auprès des amateurs. La croissance du partage de photographies sur internet s'observe également grâce au numérique. On peut désormais prendre des photographies depuis nos téléphones, des appareils

⁶¹ Op. cit. p.44

photographiques de plus en plus compacts et les diffuser sur les réseaux sociaux comme Tumblr, Instagram ou encore Facebook. Ces usages nouveaux renforcent le « lien consubstantiel entre le texte et l'illustration »⁶² souligné par Gilles Feyel dans la presse magazine. Les plateformes de publication comme Issuu.com et de sites marchands comme Bandcamp, Limited Run, Patreon, Etsy etc. permettent aux amateurs d'accéder à un marché commercial pour vendre leur production. Tout cela ouvre donc de nouvelles possibilités pour la publication et la diffusion de magazines indépendants. Fleurissent ainsi des publications indépendantes qui ne sont pas financées par des groupes de presse mais par des particuliers. Les nouveaux formats de magazines font la part belle à la créativité, plus qu'à l'information. C'est une nouvelle presse culturelle spécialisée qui se développe autour de thématiques comme la mode, la photographie, l'illustration, le tatouage, la musique, mais aussi les questions de visibilité des communautés queers, racisées, féministes entre autres. Le dynamisme et la liberté perçues des supports numériques encouragent des voix alternatives à émerger et à porter un discours radical qui tranche avec la presse commerciale traditionnelle. Les thématiques sont également amenées à se croiser et je citerai ici l'exemple du magazine *She Shreds* qui se présente sur son site internet comme suit :

« She Shreds Magazine is the world's only print publication dedicated to women guitarists and bassists. We strive to change the way women guitarists and bassists are depicted and presented in the music industry and popular culture by creating a platform where people can listen, see and experience what it means to be a woman who shreds. Our goal is to transcend boundaries like gender and genre—supporting radicalism, respect and revolution. » [She Shreds Magazine est la seule publication imprimée au monde dédiée aux femmes guitaristes et bassistes. Nous nous efforçons de changer la façon dont les femmes guitaristes et bassistes sont représentées et présentées dans l'industrie musicale et la culture populaire en créant une plateforme où les gens peuvent écouter, voir et expérimenter ce que cela signifie d'être une femme qui *shred*⁶³. Notre objectif est de transcender les frontières de l'identité de genre et du genre musical — en soutenant le radicalisme, le respect et la révolution].

⁶² Op. cit. p.21

⁶³ *Shred* (littéralement « déchiqueter » en anglais), est un terme utilisé pour désigner une tendance à la virtuosité du jeu de guitare. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Shred>

L'objectif affiché de cette publication est donc de porter une énonciation alternative à celle de la presse magazine traditionnelle à la fois féminine et musicale. Le propos aborde ainsi les questions d'identité de genre par une énonciation militante comme le souligne les mentions au radicalisme et à la révolution. She Shreds est une publication papier qu'il est possible de commander sur internet et d'acheter dans des lieux physiques majoritairement situés en Amérique du Nord mais aussi au Royaume-Uni et dans certaines villes européennes comme Dublin, Berlin, Milan ou Stockholm. L'identité visuelle de She Shreds se décline aussi sur du *merchandising* avec des t-shirt, des casquettes, des chaussettes où apparaissent le nom et la typographie du titre. Cela peut paraître anodin et considéré comme un moyen commercial de faire du profit certes, mais ces objets dérivés de l'identité du magazine sont également vecteurs et porteurs d'une identité partagée. Par le *merchandising*, les lecteurs peuvent donner à voir leur intérêt pour le propos d'une part, leur appartenance et leur soutien à une communauté idéologique de l'autre. Dans le cas de She Shreds, il est intéressant de noter que si la publication s'appuie largement sur les outils informatisés — leurs site internet et réseaux sociaux notamment — le magazine n'est pas disponible dans un format numérique. La matérialité de l'objet magazine semble donc revêtir une importance particulière, intrinsèque au format magazine mais qui résiste à la tendance généralisée de la digitalisation de la presse.

Les usages d'outils d'écriture informatisés et d'internet se sont généralisés, ont redéfini certaines pratiques professionnelles et ont développé de nouveaux formats. Les blogs personnels et spécialisés en sont une conséquence qui libère les subjectivités. Le numérique a envahi nos pratiques quotidiennes à partir de nos poches qui abritent nos téléphones dits intelligents, nous donnant ainsi un accès potentiellement permanent à l'information et au contenu disponible sur le web. Téléphones, tablettes et ordinateurs donnent une matérialité à la presse numérique mais n'ont pas tué l'imprimé. À l'heure de l'imaginaire dominant du tout numérique, la matérialité des supports physiques demeure prégnante. Dans l'industrie du disque, le format MP3 et le streaming n'ont pas enterré le vinyle dont les ventes en France sont en progression depuis 2013 selon le Syndicat national de l'édition phonographique (SNEP)⁶⁴. Les supports imprimés ne sont pas en reste avec l'organisation de salons de la micro-édition et de festivals de fanzines. La matérialité d'une publication fait de l'imprimé un potentiel objet d'archivage voire de collection. Si les magazines sont produits de manière à ce qu'ils soient considérés comme de beaux objets,

⁶⁴ http://www.snepmusique.com/wp-content/uploads/2018/07/07-2018-Guide-ECO-2018_Version-Web.pdf

c'est dans l'optique d'être conservés, collectionnés au même titre que des disques vinyles. Les magazines musicaux sont, comme les disques, un moyen de matérialiser la musique, de la collectionner et de se l'approprier. Ce goût pour le bel objet se retrouve dans le discours de la transformation et la démarche éditoriale de Gold Flake Paint. Symboliquement, la matérialité de l'objet est le siège d'un engagement de la part de ses producteurs par leur savoir-faire et leur tour de main, mais aussi de la part des lecteurs. En effet, acquérir un magazine engage le lecteur dans un geste de transaction commerciale d'une part, et de propriété de l'autre. Le lecteur devient véritablement propriétaire de l'objet matériel dans le sens où il le possède et se l'approprie. L'objet magazine, pour Gold Flake Paint comme pour She Shreds, porte une forte charge symbolique dans la mesure où cela engage matériellement, physiquement le lectorat dans la co-construction de la posture éditoriale. Acheter un magazine, et plus encore s'y abonner ou en arborer l'identité par le merchandising, est signifiant, signification d'une volonté d'appartenance et d'adhésion à un discours. Le retour, ou du moins l'attachement renouvelé, à l'objet physique et à sa matérialité révélée par ces nouveaux formats de magazines issus du dynamisme et des imaginaires d'internet témoigne des tensions symboliques qui peuvent exister entre les formes numériques et imprimées.

Dans une économie virtuelle où notre temps d'attention est devenu une ressource convoitée, où les individus sont de plus en plus conscients de son exploitation par des publicités sponsorisées à grand coup de *big data* et de *cookies*, où tout est instantané et foisonnant, le bruit est incessant. Nous sommes bombardés d'informations dont nous n'avons pas le temps de nous saisir. C'est de ce trop-plein, de cette énergie sans cesse vampirisée, de ce détachement vers le tout dématérialisé que semble poindre ce que j'appellerais la fatigue numérique. Elle serait due à une sur-sollicitation qui émousserait notre capacité de concentration. Naviguer dans ce flot continu d'informations sans s'y noyer demanderait une débauche d'énergie ou de l'indifférence. Je fais ici l'analogie d'internet avec l'idée du sociologue Georg Simmel selon laquelle « ce qui caractérise l'existence dans la grande ville, c'est [...] « l'intensification de la vie nerveuse, qui résulte du changement rapide et ininterrompu des impressions externes et internes », « la poussée rapide d'images changeantes, ou l'écart frappant entre des objets qu'on englobe d'un même regard, ou encore le caractère inattendu d'impressions qui s'imposent et s'opposent ». [...] Ainsi se crée chez l'habitant des grandes villes une compétence particulière, « un organe de protection [...] contre le déracinement dont le menacent les courants et les discordances de son milieu extérieur : au lieu de réagir avec sa sensibilité à ce déracinement, il réagit

essentiellement avec l'intellect »⁶⁵. Dans mon analogie internet prendrait la forme d'une grande ville dans laquelle les stimuli informationnels participent de cette « intensification de la vie nerveuse » comme autant d'impressions rapides, changeantes, ininterrompues. L'« organe de protection » des internautes qui habitent cette grande ville virtuelle et numérique serait donc une indifférence nécessaire pour contrecarrer cette sur-sollicitation de leur attention. Émerge ainsi « un trait psychologique commun qui découle du processus d'adaptation au milieu spécifique : c'est le « caractère blasé », que Simmel désigne aussi comme une « mesure d'autoconservation au prix de la dévaluation de tout le monde objectif » » que je rapproche ici de la fatigue numérique. Cette dernière entraînerait un désintéressement dû en partie au caractère fuyant du numérique inscrit dans un imaginaire de l'immatériel. C'est de cette paradoxale torpeur à grande vitesse que cherche à s'extraire Gold Flake Paint en cessant l'activité du blog qui requiert une attention de tous les instants pour laquelle Tom n'a plus l'énergie nécessaire (« *requires a minute-to-minute attention that I've simply lost the energy for* »). Ce serait de la même manière de cette fatigue numérique que viendrait le retour à la matérialité et au temps long dans la presse magazine.

Parallèlement à ces nouveaux formats dynamisés par les outils informatisés, d'autres se développent et se dynamisent en réaction à cette surcharge d'information sur internet. Cette surcharge informationnelle aurait donc une incidence sur l'attention, la capacité de concentration et l'état de fatigue des internautes et plus largement des individus. Deux néologismes sont apparus à la lumière de cette situation : l'« infobésité » et la « *slow information* ». Caroline Sauvajol-Rialland, autrice de *Infobésité : Comprendre et maîtriser la déferlante d'informations*, définit l'« infobésité » comme « le fait de recevoir plus d'informations qu'il est possible d'en traiter sans porter atteinte à l'individu ou à son activité. Il n'existe pas de seuil objectif applicable à tout le monde pour le déclenchement de cette pathologie informationnelle, parce que nous ne sommes pas tous égaux du point de vue de nos capacités intellectuelles, en particulier de nos capacités mnésiques. »⁶⁶ Pour répondre à cette « infobésité » s'est développée la notion de « *slow information* », éloge de la lenteur que Jean-Marie Charon explique dans un entretien avec Les Echos⁶⁷ comme « le contrepoids à une accélération générale du traitement de l'information. Avec Internet, les

⁶⁵ <https://www.franceculture.fr/emissions/lessai-et-la-revue-du-jour-14-15/georg-simmel-les-grandes-villes-revue-questions>

⁶⁶ « Slow journalism : quand les médias changent de rythme »

<https://larevuedesmedias.ina.fr/slow-journalism-quand-les-medias-changent-de-rythme>

⁶⁷ « Jean-Marie Charon : Slow info : « Les succès, ce sont souvent quelques milliers d'exemplaires » »

<https://www.lesechos.fr/2018/01/jean-marie-charon-slow-info-les-succes-ce-sont-souvent-quelques-milliers-dexemplaires-981679>

chaînes d'information en continu, l'information est de plus en plus rapide. Le public a un réel intérêt pour du décryptage, des sujets différents, des points de vue. Les médias avec des formats longs sont aussi davantage des journaux qui mettent en avant des choix, plutôt qu'une certaine exhaustivité. » Si les choix éditoriaux de la « *slow information* » s'imaginent facilement dans les pages d'un magazine, ils existent aussi sur des sites d'information en ligne comme Les Jours, Le Quatre Heures ou L'Imprévu. En lançant un magazine dont la publication s'avèrera trimestrielle, Gold Flake Paint positionne son énonciation dans ce temps long de l'éditorialisation et ce changement de rythme de l'information en prenant de fait ses distances avec l'exhaustivité parfois forcée du traitement de l'actualité qui existait sur le blog. Le positionnement choisi et construit par et pour le magazine Gold Flake Paint correspond à celui du long format à travers des entretiens ou des essais personnels par exemple. Jean-Marie Charon fait toutefois remarquer que l'écriture longue n'est pas une tendance nouvelle dans la presse : « cette écriture « longue » a été bousculée par les médias audiovisuels qui ont donné un autre tempo à l'info. Parallèlement, le changement des modes de vie, avec un temps consacré à la lecture qui décline, a incité à un modèle de presse plus concentré, plus pratique. La « *slow information* » est sans doute revenue sur le devant de la scène avec la revue « XXI » »⁶⁸. Fondée en 2008 par le grand reporter Patrick de Saint-Exupéry, XXI est une revue trimestrielle qui prend ses distances avec l'actualité. « Pour Patrick de Saint-Exupéry, l'objectivité n'a pas de sens. Le travail du journaliste renvoie plutôt à une subjectivité qui s'assume, à un ensemble de choix d'auteurs. Cette subjectivité permet au *slow journalism* de faire le récit de ceux dont on parle peu »⁶⁹. Il s'agit donc de prendre le temps pour garantir la qualité mais aussi de mettre en lumière des voix marginalisées. On peut dès lors avancer que le magazine Gold Flake Paint s'inscrit dans cette mouvance de la « *slow information* » rapporté à la presse musicale. Si ce journalisme de la lenteur connaît un certain succès, il s'adresse toutefois à un lectorat de niche.

3. La spécialisation éditoriale et la stratégie de niche dans la presse musicale

Ces nouveaux formats de magazines indépendants s'appuient majoritairement sur une écriture longue et sur un positionnement éditorial singulier pour porter un discours alternatif, si ce n'est radical. En mettant à distance les conventions de la presse traditionnelle, ces publications choisissent donc la spécialisation et la thématisation à l'image de l'hebdomadaire Le 1 qui ne traite que d'un seul sujet à la fois par exemple. Le

⁶⁸ Ibid.

⁶⁹ Ibid

choix d'un tel positionnement énonciatif influe nécessairement sur la posture éditoriale de la publication. Cette posture est co-construite avec les équipes de rédaction mais aussi au prisme de la perception que le lectorat a de la publication et que la publication a du lectorat ; voire d'une stratégie marketing d'audience menée par la publication au moyen de la projection d'un lectorat idéal, d'une audience type. La presse musicale opère déjà une fragmentation par le genre (rock, urbain, jazz, classique, etc.) mais les magazines indépendants poussent la segmentation des publics par un positionnement idéologique. Cela s'inscrit donc dans une stratégie de niche plutôt que de masse. Ces nouveaux titres avec un positionnement sur de longs formats et un discours alternatif trouvent leur place sur le marché de la presse magazine à de petites échelles de diffusion, ce qu'on appelle donc des niches. Jean-Marie Charon relève que « le public a une appétence pour les initiatives originales »⁷⁰ qui s'inscrivent toutefois dans des modèles économiques plus contraignants du fait de la restriction de leur audience. La presse musicale indépendante se place donc dans une dynamique de la spécialisation au carré : spécialisation par genre musical et spécialisation de niche. Si ce positionnement fait émerger de nombreuses contraintes, il présente aussi certains avantages. Les milieux créatifs comme la mode, la photographie, l'illustration ou la musique, entre autres, connaissent une effervescence grâce à la diffusion par le numérique qui permet un décloisonnement relatif des champs culturels et une circulation facilitée des contenus. Dans ce flot de contenus créatifs qui circulent ainsi sur les réseaux sociaux notamment, les publications spécialisées permettent de faire le tri, de faire émerger des singularités. Il s'agit alors de créer un espace où un type de contenu spécifique pourrait être mis particulièrement en valeur grâce à une éditorialisation spécialisée. La « spécialisation des contenus en fonction de publics visés, plus resserrés et mieux connus »⁷¹ relevée dans les magazines par Gilles Feyel semble se fonder avant tout sur un objectif marketing, mercantile plutôt qu'éditorial : « très souple, le magazine sait s'adapter à tous les publics et se spécialiser dans tous les contenus, de manière de plus en plus fine »⁷². Les nouveaux formats de magazines indépendants semblent prendre cette logique marketing à revers. Il s'agit moins d'adapter le contenu d'un magazine à un public visé que de créer un espace, un support singulier pour que le contenu spécialisé trouve et fédère une audience qui serait tout aussi singulière et spécialisée.

⁷⁰ Ibid

⁷¹ Feyel, Gilles. « Naissance, constitution progressive et épanouissement d'un genre de presse aux limites floues : le magazine », *Réseaux*, vol. n° 105, no. 1, 2001, p. 41

⁷² Op. cit. p.46

La spécialisation éditoriale du blog Gold Flake Paint a permis la transformation vers l'imprimé et l'établissement d'une stratégie de niche pour le magazine. Le positionnement éditorial du blog consistait à écrire sur et à partager de la musique rock indépendante, ce qui a participé au fil des années à la composition d'une audience de lecteurs intéressés par ce genre musical en particulier. Le support numérique a donc permis de fédérer une communauté aux intérêts et aux goûts communs, intéressante aux yeux des labels indépendants dans la mesure où leurs artistes s'inscrivent dans cette niche musicale. Une logique de réseau s'est donc construite autour de Gold Flake Paint qui s'est positionné comme médiateur entre un certain fragment de l'industrie musicale indépendante qui recherche de la visibilité, et un segment spécialisé de lecteurs potentiellement intéressés par ce genre de projets. De ce réseau indépendant a pu émerger le magazine soutenu par l'industrie musicale et par le lectorat, formant ainsi une niche communautaire à la fois au principe et destinataire de la spécialisation éditoriale. Le discours de la transformation, en assurant une continuité énonciative et éditoriale, a permis de transposer au magazine la spécialisation du blog et cette identité d'expert construite auprès des acteurs de l'industrie musicale et auprès des lecteurs. Le format magazine est un facteur supplémentaire de spécialisation éditoriale et de cette stratégie de niche comme le souligne Gilles Feyel : « l'encyclopédisme des premiers magazines est relayé par une spécialisation de plus en plus prononcée des contenus ou bien par une segmentation des publics auxquels on souhaite s'adresser en priorité »⁷³. Cette caractéristique fait du magazine musical un point focal où convergent les volontés éditoriales plus ou moins alternatives, les aspirations communautaires plus ou moins radicales et certains avantages marketing du fait de la spécialisation du lectorat.

II. LE BLOGUEUR AMATEUR FACE AUX CONTRAINTES ET CARACTÉRISTIQUES DU FORMAT MAGAZINE

En lançant un magazine, Gold Flake Paint s'est créé une nouvelle forme médiatique mais a aussi opéré un changement de sa propre posture. Si l'énonciation trouve une continuité grâce au discours de la transformation et de l'authenticité, le positionnement et la posture énonciatifs se trouvent altérés. Il s'agit toujours pour l'énonciateur d'écrire sur la musique qu'il apprécie mais plus simplement en tant que blogueur amateur, et pas véritablement en tant qu'auteur professionnel ou même journaliste. Écrire pour un

⁷³ Op. cit. p.26

magazine, et d'autant plus lorsqu'une publication imprimée se lance, opère nécessairement un glissement du positionnement de l'énonciateur au regard de son activité d'écriture et de son lectorat. Si certaines caractéristiques perdurent, d'autres changent ou disparaissent face aux contraintes de la forme imprimée. De la même manière, la posture construite et adoptée par l'énonciateur et pour la publication s'en trouve modifiée du fait notamment de la polyphonie éditoriale d'un magazine. Le geste énonciatif au principe de la transformation vers le magazine a donc mis en tension l'énonciation et le positionnement construits par le blogueur qui se retrouve confronté à des normes nouvelles, celles du papier et de l'imprimé. Ces normes constituent des contraintes formelles, éditoriales et économiques. Fabien Hein rapporte ainsi les propos de Frank Frejnik, rédacteur en chef de Rock Sound et fondateur du magazine Punk Rawk :

« On ne publie jamais les interviews en intégralité. Le magazine est conçu avec des rubriques, des dossiers qui nécessitent un calibrage du texte bien précis. Avant que l'on fasse les interviews, tout le magazine est planifié à l'avance, on prévoit combien de pages pour tel groupe, combien pour un autre, combien pour tel dossier ou tel reportage. Ensuite, on doit se conformer à ce calibrage et à la charte graphique. Pas question de réduire le corps du texte ou de faire n'importe quoi en maquette. Les fanzines publient les interviews en intégralité, retranscrivant tout et n'importe quoi, des trucs importants aux blagues crétines. Dans un fanzine, tu peux te permettre de faire courir une interview sur dix pages si tu en as envie. Tu peux même ne pas mettre de photos. Il n'y a pas de règles. Rien n'est imposé. »⁷⁴

À la liberté du fanzine, et par extension du blog ou du webzine, est opposée la rigidité des contraintes du magazine qui se révèlent au travers des codes et conventions de mise en page, de l'image même du texte, de choix éditoriaux caractéristiques de la forme imprimée. Le blog comme dispositif d'écriture s'organise également autour de contraintes formelles mais la transformation de Gold Flake Paint vers un support imprimé fait basculer l'énonciateur dans un tout autre système de normes. Ces caractéristiques, ces contraintes, ces normes façonnent la matérialité et l'énonciation éditoriale du magazine. Elles remettent en perspective la gestion de la temporalité de publication et les imaginaires de liberté qui lui sont liées. Si les normes formelles de l'imprimé semblent plus contraignantes que celles du numérique, la périodicité du temps long laisserait plus de libertés éditoriales et créatives lors

⁷⁴ Hein Fabien, « Le critique rock, le fanzine et le magazine : « Ça s'en va et ça revient » », *Volume !*, 5 : 1 | 2006, p.98

de la conception du magazine. Il y aurait ainsi dans le passage à la forme imprimée une intellectualisation plus approfondie du magazine et de la démarche de publication, au-delà de la simple élaboration et composition de l'objet. À la débauche d'énergie pour suivre la cadence des sorties et des billets du blog, Gold Flake Paint préfère prendre le temps des entretiens et des essais personnels pour retrouver ou reconnecter avec l'envie et la motivation d'écrire, de partager la passion pour la musique. La transformation du blog vers le magazine semble ainsi advenir à la manière d'un pacte ou d'un contrat social pour reprendre la terminologie de Rousseau : abandonner certaines libertés individuelles pour en garantir d'autres collectives ; autrement dit, renoncer aux libertés formelles et personnelles du numérique pour garantir les libertés éditoriales polyphoniques de l'imprimé. Il s'agit pour le blogueur amateur de se plier aux contraintes et aux caractéristiques du magazine afin de poursuivre son activité scripturale dans un cadre nouveau et exigeant. Cela implique dès lors un glissement éditorial et un repositionnement énonciatif pour Gold Flake Paint.

A. Amateurs, journalistes, professionnels : rôles et postures dans l'énonciation

Le passage du numérique à l'imprimé, du blog au magazine, met en question la position énonciative du scripteur. Il s'agit ici d'interroger le caractère amateur de l'énonciation dans le cadre d'une presse musicale professionnelle. Néanmoins, les différents *ethos* des énonciateurs de la presse musicale ne devraient pas être pris comme fondamentalement distincts et cloisonnés, mais seraient plutôt à envisager comme un spectre sur lequel le curseur peut être déplacé. D'un côté les amateurs, de l'autre les professionnels et entre ces deux pôles qui se répondent, une infinité de possibilités de métissage des positionnements énonciatifs. Il y a de fait plusieurs manières d'interpréter le terme « amateur » : péjorativement, méliorativement ou en comparaison, voire en opposition avec le terme « professionnel ». Pourtant, les notions d'amateur et de professionnel s'appréhendent en rapport l'une avec l'autre et loin d'être antithétiques se nourrissent l'une de l'autre. De la même manière que le spectre formel entre le fanzine et le magazine à grand tirage, le spectre du professionnalisme est le lieu de saisies, de retours et d'échanges entre les positions d'énonciation. De l'amateurisme de la presse alternative au professionnalisme de la presse commerciale, l'énonciation éditoriale des blogs et des magazines indépendants se nourrissent des hybridations de formats et de positionnements.

Si le blog Gold Flake Paint est né du caractère personnel et amateur de son fondateur et de sa démarche, le magazine émerge de la professionnalisation de l'acte d'écriture. Sans toutefois être en rupture avec l'énonciation construite jusque-là, la transformation s'inscrit dans une continuité, dans une évolution qui tend à se professionnaliser. La position de l'énonciateur par rapport à son objet ne change pas car elle est ancrée dans le goût et l'appréciation de la musique. Le positionnement du blog s'altère toutefois lorsque le support se transforme du fait de la réflexivité de la démarche d'écriture de l'énonciateur. En effet, le rapport au lectorat s'en voit nécessairement modifié puisque les pratiques de lectures sont foncièrement différentes pour de multiples et diverses raisons, notamment le rapport aux écrans et au papier ainsi que la commercialisation de la production d'une publication. La posture de Gold Flake Paint est également marquée par la transformation et le magazine s'affirme comme une co-construction où le geste éditorial est partagée non seulement par l'énonciateur mais également par les équipes et les lecteurs.

1. Le positionnement de celui qui aime

Être amateur, c'est d'abord et avant tout aimer, aimer quelque chose, aimer faire quelque chose. On peut ainsi être amateur d'art, de vin, de sport, de sensations fortes ou de musique en l'occurrence. Celui qui aime se reconnaît et est reconnu par ce goût, cette passion pour un sujet. Le positionnement énonciatif de l'amateur peut dès lors prendre plusieurs allures, ici encore à considérer comme un spectre sur lequel le curseur peut être déplacé entre celle du fan et celle du connaisseur. Le terme « fan » est un anglicisme, contraction de *fanatic* (fanatique) qui désigne un individu qui a une grande admiration pour quelque chose ou quelqu'un. Dans la musique, le fanatisme est souvent circonscrit à un artiste, un groupe ou un genre musical en particulier. Le terme « fan » peut être connoté négativement dans la mesure où il traduit un goût exacerbé qui tendrait parfois à l'obsession. Néanmoins être fan, c'est aussi simplement être passionné et engagé envers un objet ou un sujet aimé. Des communautés de fans, appelées *fandoms*, peuvent être au principe de publications numériques ou imprimées qui traitent justement de ce qui est aimé.

On trouve cette énonciation du fan dans le fanzinat qui apparaît dans les communautés de fan de science-fiction dès les années 1930 et qui connaît une montée en puissance dans les années 1970-1980 dans les milieux punks. Les fans sont des acteurs majeurs des sous-cultures, des cultures alternatives. La prise de parole du fan investit également les nouveaux

médias numériques au travers de forums de discussion, de groupes Facebook et de blogs —notamment sur l'hébergeur Skyblog au début des années 2000. Il naît ainsi des publications musicales mono-thématiques produites par des fans aussi bien dans une forme imprimée que numérique. Elles sont un lieu de partage et de discussion fondé sur un goût commun, un outil de conversation horizontale entre les fans au sein des *fandoms*. Ces communautés s'articulent autour des discours des fans autour d'artistes et d'œuvres aimés. Les discours de fans de musique s'inscriraient ainsi dans une énonciation du sentiment, du goût, de l'admiration dans une démarche personnelle et passionnée de partage. L'imaginaire construit autour des fans tourne souvent autour du caractère obsessionnel ou des comportements parfois jugés extrêmes, pourtant minoritaires. Ce qui est intéressant avec l'énonciation du fan, c'est aussi qu'elle est d'une certaine manière performative : pour être fan, il faudrait le dire ; ou comme l'écrit Antoine Hennion : « le goût se fait en se disant et se dit en se faisant »⁷⁵. Si le fan est un avatar un peu exagéré de l'amateur, il témoigne manifestement de ce positionnement énonciatif de celui qui aime.

L'amateur, sans pour autant être fan, peut aussi être considéré méliorativement comme un connaisseur. Il s'agirait donc ici avec Antoine Hennion de « plaider pour une autre conception du goût, comme modalité problématique d'attachement au monde. Ou encore, autrement dit, comme une activité pragmatique d'amateurs critiques tournés vers leur objet sur un mode *perplexe* »⁷⁶. Le positionnement de celui qui aime n'est plus seulement de l'ordre de l'admiration mais aussi de l'appréciation. Ce goût qui se dit et qui se fait devient ainsi une activité critique qui questionne à la fois l'objet et le goût pour l'objet. L'amateur peut dès lors exprimer une volonté de partage et d'interaction dans une activité réflexive par rapport à l'objet de son goût, « guettant ce qu'il leur fait, attentifs aux traces de ce qu'il fait aux autres, partagés entre les sensations directes à éprouver (ou essayer d'éprouver), et les relais indirects qui permettent de différer un peu son jugement et de s'en remettre en partie à l'avis des autres »⁷⁷. Par la réflexivité de la critique et les échanges avec ses pairs, l'amateur développe une connaissance de l'objet de son goût et la travaille dans une certaine sociabilité. Sans chercher nécessairement la reconnaissance, un amateur est identifié par ses pairs comme connaisseur. Ainsi son avis est-il investi de la valeur symbolique non seulement de celui qui aime mais aussi de celui qui connaît.

⁷⁵ Hennion, Antoine. « Réflexivités. L'activité de l'amateur », *Réseaux*, vol. 153, no. 1, 2009, p.68

⁷⁶ Op. cit. p.65

⁷⁷ Ibid

Selon Antoine Hennion cité par Fabien Hein, « une expérience sensorielle plaisante constitue un point de départ essentiel dans la formation du goût. Les objets et leurs effets peuvent conduire à l'action »⁷⁸. La formation du goût chez l'amateur s'opère d'une part par l'appréciation de l'objet et par la réflexivité critique d'autre part. La connaissance et la reconnaissance de l'amateur peuvent par exemple l'amener à user de l'expression personnelle comme énonciation pour « performer un attachement au rock par la production d'une série d'objets propre à ce monde : émission de radio, webzine, fanzine »⁷⁹. Le goût de celui qui aime est au principe des actions qu'il décide ou non d'entreprendre en son nom. C'est dans cette dynamique que s'inscrit le geste énonciatif de Gold Flake Paint, à deux reprises. La première étant la création du blog en 2010 pour partager une passion en tant qu'amateur, voire en tant que fan ; la seconde étant l'arrêt des activités du blog et l'annonce du magazine en tant que connaisseur, en tant qu'amateur (dans le sens mélioratif) de musique reconnu par les lecteurs du blog et par les acteurs de l'industrie musicale.

2. Le positionnement de celui qui n'est pas professionnel

Le passage à l'action de celui qui aime place l'amateur dans la situation de celui qui n'est pas professionnel. Il est ici question de pratiques, de la pratique amateur au regard de la pratique professionnelle. L'amateur dont la formation du goût le conduit à l'action serait donc placé sur le spectre comme connaisseur, quelque part entre le fan et le professionnel. En effet l'amateur non-professionnel serait plus ou même mieux renseigné qu'un amateur occasionnel et plus critique qu'un fan admiratif. Son passage à l'action peut prendre la forme d'une publication musicale, d'un zine, d'un blog, d'un magazine pour exprimer à la fois son goût, sa passion et son avis sur la musique par exemple. De plus selon Fabien Hein, « du fait d'un engagement personnel soutenu, l'amateur fervent domine bien mieux son sujet que l'amateur plus occasionnel. Il sait « identifier, désigner, argumenter » (Bromberger 1998 : 29) ce qui conforte son identité d'expert pour lui-même »⁸⁰. L'amateur connaisseur qui s'engage dans l'action et notamment dans l'énonciation critique se construit donc une identité d'expert, et ce faisant en vient à rechercher la reconnaissance de ses pairs. Dans le cas de Gold Flake Paint, le lancement du magazine témoigne de cette identité d'expert confortée par les pratiques du blog. La position énonciative de Gold Flake Paint serait donc

⁷⁸ Hein Fabien, « Le critique rock, le fanzine et le magazine : « Ça s'en va et ça revient » », *Volume !*, 5 : 1 | 2006, p.86

⁷⁹ Op. cit. p.87

⁸⁰ Op. cit. p.89

celle d'un amateur éclairé et engagé. La posture du blogueur amateur s'est d'abord construite en rapport au lectorat de la forme numérique. Ce lectorat constitue une communauté dénombrée par les réseaux sociaux notamment sur laquelle a pu s'appuyer le geste énonciatif de la transformation vers le papier. Le discours de l'authenticité qui accompagne la transformation de Gold Flake Paint s'appuie sur ce positionnement de celui qui aime, qui connaît et qui n'est pas professionnel. Ce dernier paramètre permet à l'énonciation d'échapper au monoglottisme reproché à la presse traditionnelle et de porter un discours alternatif et engagé.

Le positionnement de l'amateur, expert mais pas professionnel, permet de cultiver la reconnaissance d'une valeur symbolique, d'une réputation de l'énonciateur vis-à-vis de ses pairs. De fait, l'énonciation ne se fait pas dans le vide mais pour ses retours, ses échanges comme le souligne Fabien Hein : « éditer un fanzine est alors, pour l'amateur engagé, une manière de quitter l'anonymat et de se forger une réputation par son travail. L'amateur devient alors progressivement un producteur culturel »⁸¹. Cette production culturelle de fanzine a joué un rôle important dans la sous-culture punk notamment, en faisant la promotion du *do it yourself* et des genres musicaux marginaux. La production culturelle d'un magazine comme Gold Flake Paint prend le parti de défendre des genres et artistes musicaux marginaux au regard de la presse traditionnelle en conservant cette notion sous-culturelle par la stratégie de niche évoquée précédemment. Pourtant, il ne semble pas tant s'agir de sortir de l'anonymat dans la mesure où le nom de Tom Johnson apparaît rarement et l'énonciation est majoritairement prise en charge par Gold Flake Paint comme une entité. Il s'agirait plutôt pour Gold Flake Paint de faire sortir de l'anonymat les artistes et les œuvres dont les effets ont conduit à la production culturelle du magazine. Cette posture d'expertise et d'humilité est construite par le discours de l'authenticité et par la spécialisation de la publication. Elle est co-construite par les rédacteurs et les lecteurs de Gold Flake Paint dans la mesure où ce positionnement d'expert est reconnu par le lectorat, ce qui conforte la position de l'énonciateur qui forme et partage son goût. Pour Jean-Marie Leveratto cité par Fabien Hein, « cette spécialisation favorise l'élaboration par l'individu d'un savoir approfondi sur les objets, et l'apparition d'un désir de transmission de ce savoir qui légitime sa passion et démontre la grandeur personnelle de l'individu »⁸². L'amateur aime, connaît, critique et partage sa passion et son savoir, ce qui lui permet de développer des compétences spécialisées. La reconnaissance de cette « grandeur personnelle de l'individu » est un

⁸¹ Op. cit. p.90

⁸² Op. cit. p.89

valeur symbolique octroyée par les pairs qui co-construisent l'identité d'expert de l'énonciateur.

L'amateur expert peut ainsi devenir acteur de l'information. Cela se joue au moment où l'énonciateur choisit de basculer dans la critique de l'objet de son goût et non plus simplement dans l'appréciation de ce qui est goûté. La posture de l'amateur se voit dès lors transformée par cette expertise critique, réflexive et partagée qui l'amène au seuil de la professionnalisation. De cette manière, de nombreux fanzines pérennes tendent à devenir des supports conventionnels, et ses rédacteurs des professionnels. « On peut donc imaginer sans peine que le fanzine soit un laboratoire d'acquisition des compétences et dans le même temps, qu'il puisse constituer une passerelle ou un tremplin vers la presse rock magazine »⁸³ écrit Fabien Hein. La production de fanzines comme de blogs construit et façonne les aptitudes d'un amateur à l'écriture. Les pratiques amateurs de l'écriture du goût musical témoigne d'une volonté de partage de sa passion, de reconnaissance de ses pairs et de construction d'une posture d'expert. Ce positionnement énonciatif serait ainsi à placer bien plus proche du pôle professionnel du spectre des ethos des énonciateurs de la presse musicale. Ce mythe de la professionnalisation s'appuie en grande partie sur quelques exemples d'amateurs devenus professionnels qui nourrissent les fantasmes des fans et des connaisseurs mélomanes qui veulent vivre de leur passion. La production culturelle d'une publication amateur, plus ou moins éphémère, serait ainsi un moyen de pénétrer le monde de la presse musicale, voire de l'industrie musicale.

3. L'imaginaire du *rock critic*

Le *rock critic* ou critique rock s'est institué comme une figure mythique de la presse musicale. C'est d'abord un amateur de musique rock, pour ensuite devenir un expert, un professionnel. C'est un journaliste critique qui ose déplaire et qui participe de l'imaginaire « *sex, drugs and rock'n'roll* » porté majoritairement par des personnalités anglo-saxonnes comme Nick Kent au Royaume-Uni, Lester Bangs aux États-Unis ou Philippe Manœuvre en France. Le premier fourbit ses armes dans la presse *underground* avant d'écrire pour le NME (New Musical Express). Le deuxième se fait connaître par des critiques acerbes dans le magazine Rolling Stone qui lui vaudront d'être renvoyé avant de contribuer au magazine indépendant Creem. Le dernier a fait ses débuts dans la bande dessinée de science-fiction avant d'occuper le poste de rédacteur en chef du magazine Rock & Folk pendant 24 ans.

⁸³ Op. cit. p.91

Ils ont tous en commun d'être fan de rock, d'avoir des penchants addictifs pour des substances plus ou moins légales et d'avoir marqué l'imaginaire de la presse musicale de leur empreinte. Le *rock critic* se construit une aura, une réputation par l'expression de la critique, souvent radicale, mais aussi par le *storytelling* de ses rencontres avec les groupes qui entretient sa posture énonciative.

Le critique rock n'est pas un journaliste pas comme les autres : la plupart du temps, il n'a pas suivi de formation académique mais dépend plutôt de la conception heuristique que donne Denis Ruellan du « professionnalisme journalistique » défini justement par un « flou » permanent et évolutif⁸⁴. Il est considéré comme un professionnel quand il écrit pour des titres de la presse traditionnelle. Le caractère professionnel du critique musical en général et du critique rock en particulier semble se fonder sur la rémunération perçue ou non. La distinction entre amateur et professionnel se ferait donc par la rétribution monétaire de l'écriture par un titre de la presse traditionnelle. Chris Atton souligne ainsi la similitude entre le fan en tant qu'auteur et l'auteur professionnel en tant que fan. Cela en dit long sur la culture experte de la critique rock, où la connaissance et l'autorité ne découlent pas d'une formation professionnelle formelle et académique, mais avant tout d'un enthousiasme autodidactique et amateur (« *the similarity between the fan as writer and the professional writer as fan. This says much about expert culture in rock criticism, where knowledge and authority proceed not from formal, educational or professional training but primarily from autodidactic, amateur enthusiasm* »⁸⁵). La frontière entre amateur et professionnel en termes d'énonciation est très poreuse. La bascule ne s'opère véritablement dans la désignation que lorsque le critique rock est impliqué dans les activités professionnelles de l'industrie musicale. Si son statut d'auteur est reconnu, cela suffit-il à le désigner comme journaliste ? Pour Chris Atton, le journaliste professionnel, tout en restant un autodidacte, un « fan éclairé », est en même temps professionnellement impliqué dans les activités de l'industrie de la musique (« *The professional journalist, whilst remaining an autodidact, an 'enlightened fan', is at the same time professionally implicated in the activities of the music industry* »⁸⁶). Si le journaliste professionnel est considéré comme un amateur expert, l'amateur expert n'est pas nécessairement considéré comme un journaliste lorsqu'il écrit. Ce flou laissé dans la définition de ce qui est professionnel ou non, de ce qui est considéré

⁸⁴ Ruellan Denis, *Le professionnalisme du flou*, PUG, Grenoble, 1993

⁸⁵ Atton, Chris. "Writing about Listening: Alternative Discourses in Rock Journalism." *Popular Music*, vol. 28, no. 1, 2009, pp. 53–67. *JSTOR*, www.jstor.org/stable/40212426. p.56

⁸⁶ Op. cit. p.55

comme du journaliste ou non, participe de l'imaginaire du *rock critic* qui évolue dans les marges, dans les failles.

Sans être véritablement labellisé journaliste, le critique rock se poste comme une personnalité publique à qui l'on fait confiance, dont on reconnaît la valeur symbolique de l'identité d'expert. Il est lu en et pour son nom, autrement dit, son discours est situé et subjectif et c'est ce qui est reconnu comme valorisé et valorisant. La *persona* ainsi façonnée est un levier d'influence dans la mesure où l'avis exprimé est recherché par les lecteurs pour le partager ou le contredire et former ainsi son propre goût à propos d'un objet. Cette subjectivité exprimée et partagée est bien loin d'un prétendu idéal d'objectivité journalistique. Elle se développe dans la presse musicale par le journalisme d'auteur et par le « journalisme gonzo » de Lester Bangs notamment qui promeut l'hyper-subjectivité d'un journalisme d'immersion. Ce positionnement énonciatif joue de l'imaginaire de proximité non seulement avec les lecteurs mais aussi avec les artistes et leur musique. Les modulations énonciatives qui en découlent donnent naissance à une écriture et une presse qui brouillent de plus en plus les frontières entre amateur et professionnel mais aussi entre presse alternative, indépendante et traditionnelle comme le relève Chris Atton :

« Nous sommes désormais en présence d'une presse musicale qui est aussi contestataire que n'importe quel fanzine punk, mais dont l'esthétique et les valeurs politiques sont assez différentes. En même temps, ces publications font montre de caractéristiques propres au journalisme d'auteur [personality journalism] que l'on croyait davantage l'apanage d'une génération précédente de la critique musicale appartenant au courant dominant. »⁸⁷

De la même manière, Fabien Hein fait remarquer que « les objets diffèrent, mais que la figure de l'amateur impliqué est commune et centrale au sein de la presse rock. Il s'agit là d'un point fondamental pour comprendre à la fois le fonctionnement des critiques rock et des objets qu'ils produisent. En d'autres termes, les critiques rock sont des amateurs (Frith, 1996 : 67), et les amateurs sont toujours, d'une certaine manière, des critiques rock »⁸⁸. L'imaginaire du *rock critic* permettrait donc d'estomper encore un peu plus la frontière entre amateur et professionnel mais également d'affermir cette notion de tremplin que peuvent

⁸⁷ Atton Chris, « Sociologie de la presse musicale alternative », *Volume !*, 5 : 1 | 2006, p.17

⁸⁸ Hein Fabien, « Le critique rock, le fanzine et le magazine : « Ça s'en va et ça revient » », *Volume !*, 5 : 1 | 2006, p.100

représenter les zines ou les blogs. Et c'est dans ces imaginaires-là que s'inscrit la transformation de Gold Flake Paint. Le blog a été ce laboratoire de compétences dans lequel ont été élaborées et testées l'identité d'expert et l'influence de la publication amateur. Si les auteurs de Gold Flake Paint ne se désignent pas et ne sont pas désignés comme journalistes ou critiques rock, ils profitent sans doute des brèches ouvertes par ces figures de la presse musicale. Le blog rassemble les positionnements de l'amateur comme celui qui aime et celui qui n'est pas professionnel. Le magazine invoque l'imaginaire du critique rock pour construire une légitimité professionnelle, voire journalistique.

B. La question économique et le positionnement indépendant

Passer d'un blog amateur à un magazine professionnel signifie aussi passer d'un système de fonctionnement et d'un contenu gratuit à un cadre payant et commercial. Les coûts de production d'un blog sont minimes en comparaison de ceux de la production d'un magazine qui comprend les frais d'impression, de livraison mais aussi les frais d'édition car les contributeurs du magazine Gold Flake Paint sont rémunérés. La question économique est source de tension dans la presse indépendante dans la mesure où les titres prennent leur distance avec le capital des groupes de presse mais peinent souvent à financer la production de leurs numéros. Le choix du positionnement indépendant fait partie de la construction de la posture d'un magazine musical. L'indépendance perçue par le lectorat est vectrice d'une valeur symbolique forte qui s'exprime à plusieurs niveaux. L'indépendance dans le cadre de l'industrie musicale se place du côté des artistes émergents, marginaux qui mériteraient plus de soutien que les artistes populaires des *majors*. L'indépendance dans le cadre de la presse en général et de la presse musicale en particulier se place du côté de la liberté de ton, du discours de l'authenticité et de la rhétorique de la sincérité. Ainsi l'indépendance financière serait-elle garante de cette indépendance de l'énonciation dans la mesure où elle préserverait les magazines indépendants des pressions idéologiques des patrons de presse ou des pressions financières des annonceurs liées à la présence de publicité. La professionnalisation d'une telle pratique amateur passe nécessairement par le prisme économique du financement et de la commercialisation de la publication.

La mise en tension du discours de l'authenticité par l'arrivée de la question économique, semble être un tabou dans les milieux indépendants qui pourtant le mettent parfois en scène lors de campagnes de financement. Je prends deux exemples concomitants à la rédaction

de ce mémoire : la campagne de financement de deux hors-séries de fin d'année de Magic⁸⁹ et la campagne d'abonnement de Gonzai⁹⁰ pour l'année 2020. On peut lire dans le premier cas des énoncés tels que : « *Magic* se bagarre, depuis trois ans, avec succès, pour le maintien d'une presse indépendante de qualité sur les musiques indé que nous chérissons tous », « Hélas, le marché publicitaire et le soutien de nos partenaires habituels n'ont pas été à la hauteur de nos attentes cette année et la production aveugle d'un hors-série était une opération économiquement risquée » ou encore « Nous comptons sur vous, magiciennes et magiciens, pour que la pop moderne vive, demeure et soit racontée comme elle le mérite ». La tension générée par la question économique sous-tend le discours et la construction d'une posture partagée avec le lectorat qui s'y trouve impliqué. Dans la même veine, il est déclaré dans le second cas :

« Depuis sa création en version digitale en 2007, Gonzai offre une visibilité médiatique à tous ceux que la presse généraliste, fatiguée de ne rien faire, ignore. Depuis 2013, Gonzai c'est aussi un titre papier dans la lignée d'*Actuel*, financé quasi exclusivement par ses lecteurs grâce à des campagnes de souscriptions annuelles qui permettent au magazine d'exister, dans la sueur et la joie de rester différent. La *free press* existe encore, Gonzai en est la preuve. »

Ce discours de l'indépendance de la presse musicale est donc fondamentalement lié à la question économique à laquelle les magazines tentent de répondre au moyen des outils du financement participatif, de la logique d'abonnement ou de la publicité. Dans le cas de Gold Flake Paint, la question économique est d'autant plus une source de tension qu'il s'agit du lancement du premier numéro du magazine.

1. Les outils du crowdfunding

Le *crowdfunding* ou financement participatif n'est pas une démarche nouvelle dans la mesure où un des premiers projets notables financés par la contribution collective de particuliers fut la Statue de la Liberté. Cependant les outils numériques ont donné une dimension bien plus vaste au *crowdfunding* du fait de la multiplication des plateformes de collecte de fonds comme Ulule, KissKissBankBank, Leetchi, Patreon, Kickstarter et bien

⁸⁹ <https://www.kisskissbankbank.com/fr/projects/deux-hors-series-magic-pour-finir-l-annee/tabs/description>

⁹⁰ <https://fr.ulule.com/abonnement-2020-gonzai/>

d'autres. Ces plateformes permettent de financer des initiatives indépendantes et créatives sans passer par des intermédiaires bancaires ou financiers. Ce modèle de financement participatif se construit sur la donation ou la contrepartie. Pour le lancement du premier numéro de Gold Flake Paint, une campagne de financement participatif a été lancée sur Patreon en plus de la mise en place d'un système de précommande sur Bandcamp. Patreon est une plateforme qui permet à des particuliers de donner une certaine somme de manière mensuelle à des créateurs de contenu contre des contreparties. L'objectif affiché par Gold Flake Paint sur leur page est formulé ainsi :

« Print Magazine! The new plan for GFP is to make a physical print edition every few months. This, much more than a blog, requires monetary assistance so the new goal is to raise \$500 a month to help with the development of our new project! » [Un magazine imprimé ! Le nouveau plan pour GFP est de faire un numéro physique imprimé tous les quelques mois. Ceci, bien plus qu'un blog, nécessite une aide financière, alors le nouvel objectif est de collecter 500\$ par mois pour aider au développement de notre nouveau projet !]⁹¹

Si l'objectif initial n'a pas été atteint, le premier numéro (et les trois suivants) a tout de même paru grâce notamment à la précommande qui a permis de financer l'impression d'un nombre restreint de copies du magazine. Cela a également permis de limiter les risques de stock et d'invendus. Le premier numéro de Gold Flake Paint ne devait initialement paraître qu'à 500 exemplaires mais a été épuisé à deux reprises grâce à la campagne de financement et de précommande qui a accompagné et été accompagnée par le discours de la transformation.

Gold Flake Paint n'est toutefois pas un exemple si singulier du passage d'un médium à un autre grâce au financement participatif. Il existe beaucoup d'exemples parmi lesquels je citerai Women who do stuff qui est passé d'une newsletter à une magazine papier grâce à une levée de fonds sur KissKissBankBank⁹² qui a largement dépassé son objectif en atteignant 452 % du financement initialement prévu ; et LP Radio qui est passé d'un disquaire à une webradio indépendante en finançant le projet via la plateforme Kickstarter⁹³. Le financement participatif permet de répondre, au moins partiellement, à la question économique mais fonctionne aussi comme un test de la viabilité du projet face aux

⁹¹ <https://www.patreon.com/goldflakepaint>

⁹² <https://www.kisskissbankbank.com/fr/projects/magazine-women-who-do-stuff/tabs/description>

⁹³ <https://www.kickstarter.com/projects/1996112453/lp-radio-worldwide-alternative-online-radio>

contraintes réelles. Il s'agit non seulement de calculer les coûts pour établir un objectif mais également de se rendre compte de l'engagement de la communauté sollicitée et de son intérêt pour le projet. Ce dernier ne peut être financé que si le public, le lectorat dans le cas d'un magazine, y participe et s'y investit. Cette communauté qui est sollicitée est un groupe de personnes qui ont en commun des idéologies : pour Women who do stuff, il s'agit de soutenir et de porter les voix des femmes qui sont marginalisées dans les médias traditionnels ; pour LP Radio, il s'agit comme pour Gold Flake Paint d'une certaine manière de défendre la musique indépendante et de résister au monoglottisme des médias musicaux *mainstream*.

Le principe du *crowdfunding* est donc de financer son projet de manière indépendante. Mais il s'agirait également d'identifier, de capter et de fidéliser son public, son lectorat autour d'une événementialisation du financement. Les plateformes comme KissKissBankBank et Ulule font des collectes des courses contre la montre en fixant une date butoire et en mesurant la progression du financement. Le *storytelling* qui se construit alors autour du financement du projet s'appuie sur l'implication personnelle étendue en dehors des instances de l'énonciation. On presse les lecteurs à venir en aide. Celui qui donne devient ainsi celui qui soutient le projet mais aussi celui qui y participe. On retrouve ici des échos du discours de l'authenticité, du positionnement alternatif par rapport à la presse traditionnelle et de la posture indépendante lorsqu'il est question de transparence et contreparties. Sur toutes les plateformes de *crowdfunding*, les créateurs de contenu sont encouragés à détailler ce à quoi va servir la collecte de fonds ainsi que les contreparties que les participants recevront selon le montant de leur donation. Dans l'optique de la transformation de Gold Flake Paint, il s'agissait donc de pouvoir mesurer l'implication réelle de la communauté virtuelle des 13 000 fans sur Facebook, des 21 000 followers sur Twitter et des 6 000 followers sur Instagram. Se joue ici encore la stratégie de niche qui travaille l'imaginaire de la proximité pour créer ou consolider une communauté autour d'un projet partagé dans lequel les lecteurs se sentent investis, impliqués à la fois financièrement et symboliquement.

Les campagnes de financement participatif s'accompagnent d'une communication accrue sur les réseaux sociaux et d'appels à suivre et à partager la collecte comme le montre par exemple la présence des bouton-icônes sur les plateformes de *crowdfunding*. Ces stimuli mèneraient alors à ce qu'on pourrait appeler un nouveau bouche-à-oreille numérique par lequel l'information se diffuse de manière organique entre les individus. Les

participants deviennent à leur tour prescripteur et partie prenante de la collecte de fond et par extension de la transformation dans le cas de Gold Flake Paint ou de Women who do stuff. Les outils de *crowdfunding* permettent ainsi de constituer des groupes identifiés pour des applications marketing éventuelles. En effet, les plateformes de collecte de fonds permettent d'envoyer des messages aux personnes qui ont participé ou suivent le projet, et de récupérer les adresses email dans certains cas. Gold Flake Paint communique ainsi via les listes d'*emailing* issues des pré-commandes de Bandcamp ou de la levée de fonds de Patreon. Ces canaux permettent de communiquer avec des groupes précis et identifiés comme étant impliqués dans le projet de transformation du blog vers le magazine. Ainsi les discours de la sincérité et l'imaginaire peuvent-ils se mettre au service de la question économique à travers des canaux et des messages spécifiques comme des codes promotionnels à utiliser sur Bandcamp notamment. Ils sont présentés comme des contreparties, des récompenses, des signes de reconnaissance d'une implication et d'une proximité :

« *We'd like to offer you 10% off as a thanks for being here and reading this. Just use code: friendsofgfp at checkout here: <https://goldflakepaint.bandcamp.com/merch> » [nous aimerions vous offrir 10% de réduction pour vous remercier d'être ici et de lire ceci. Il suffit d'utiliser le code *friendsofgfp* [amis de gold flake paint] au moment du paiement ici : <https://goldflakepaint.bandcamp.com/merch>]*

ou encore « *Hello friends. Gold Flake Paint is 9 years old today. We launched as a funny looking blog on May 14th, 2010. To celebrate we're offering 20% off all of our Bandcamp goods for ONE DAY only! Head to our Bandcamp page and use the code: happybirthdaygfp* » [Bonjour les amis. Gold Flake Paint fête ses 9 ans aujourd'hui. Nous nous lançons comme un blog à drôle d'allure le 14 mai 2010. Pour célébrer cela, nous offrons 20% de réduction sur tous les biens de notre Bandcamp pour UN JOUR seulement ! Rendez-vous sur notre page Bandcamp et utilisez le code : *happybirthdaygfp* [joyeux anniversaire gold flake paint]]

Outre le lancement d'un numéro, le *crowdfunding* est aussi utilisé comme mode de souscription sur un temps long afin d'assurer des fonds suffisants pour la pérennité d'un magazine. La campagne de Gonzaï évoquée plus haut est d'ailleurs intitulée « Abonnement 2020 au magazine Gonzaï » alors que les numéros à paraître ne sont compris qu'à partir du quatrième palier des contreparties. Il s'agit donc de financer leur production mais sans

forcément garantir son accès à tous les participants. Du côté de Gold Flake Paint, il existe deux types de souscription à long terme : « *A Music Journal - 2019 Subscription!* » qui comprend les numéros 2, 3, 4 et 5; et « *3 Issue Bundle! (Issues 3, 4, 5)* ». Ces deux formules tiennent toutefois plus de la précommande que de l'abonnement et ont été proposées après l'appel de fonds pour le premier numéro. Le système d'adhésion mensuelle proposé par Patreon a été lancée au même moment que la précommande du premier numéro et correspondrait plus à une logique d'abonnement.

2. La logique d'abonnement

Le nerf de la guerre pour la presse papier c'est effectivement de parvenir à engager les lecteurs sur le long terme pour ainsi assurer des investissements. Les *bundles* de Gold Flake Paint et la souscription sur Patreon s'inscrivent dans cette dynamique. La logique d'abonnement est un moyen pour la presse magazine d'assurer un tant soit peu sa survie et sa pérennité en anticipant les coûts de production des exemplaires à venir. Ces coûts sont des contraintes caractéristiques d'une production physique de qualité. S'ils existent dans le fanzinat, l'impression clandestine joue un rôle transgressif dans la démarche radical du *do it yourself*. De plus, les fanzines alternatifs ne s'inscrivent généralement pas dans une logique commerciale et contournent donc la question économique par la gratuité. Dans la presse indépendante, l'abonnement apparaît donc comme un soutien à un statut d'indépendance pour éviter la publicité et les pressions éditoriales qui peuvent en découler. La logique d'abonnement pourrait ainsi être rapprochée de la dynamique du *grassroot* qu'on observe lors de certaines campagnes électorales aux États-Unis, comme celle de Bernie Sanders financée en grande majorité par des petits dons venant de petits contributeurs particuliers. Le financement vient donc d'une base de soutiens sur lesquels s'appuyer. Un abonnement garantit le bénéfice régulier d'un service ou d'un produit moyennant un prix global inférieur à la somme des prix au détail. C'est donc une manne financière à long terme pour le producteur du magazine mais présente aussi un avantage pour le lecteur abonné qui dépense une somme moins importante. Souscrire à un abonnement est aussi un signe d'appartenance à un groupe social, une communauté, celle des lecteurs réguliers d'une publication. La logique d'abonnement est également utilisée par les publications pour entretenir un sentiment de proximité et de privilège auprès des lecteurs. Il est de plus en plus courant que la logique d'abonnement se double d'une dynamique de *gatekeeping*, c'est-à-dire de régulation de la diffusion de l'information. Autrement dit, pour motiver l'adhésion, l'abonnement octroie un accès à des informations autrement restreintes.

L'accès à un contenu réservé aux abonnés peut être observé chez de nombreux titres de presse, spécialisée ou non. Ce contenu peut dès lors être considéré comme exclusif mais aussi comme excluant. La logique d'abonnement s'est ainsi adaptée à l'accès généralisé à l'information et aux contenus sur internet. Ont ainsi fleuri les abonnements aux plateformes de streaming comme Spotify ou Netflix mais aussi à la presse numérique comme Médiapart ou Les Jours qui ne sont accessibles qu'aux abonnés. Les pratiques du numérique sont alors mises au service de l'imprimé dans la mesure où les abonnements incluent les publications papier et web. Le quotidien Le Monde propose ainsi différentes formules d'abonnement pour avoir accès à l'information sur les supports papier, informatisés ainsi que le supplément magazine. Le magazine hebdomadaire Les Inrockuptibles a étendu la logique d'abonnement et de contenu exclusif à son application mobile lancée fin août 2019. Ce principe du *paywall* opère comme un péage, une douane qui filtre l'accès à l'information et au contenu, excluant au passage un certain nombre de lecteur. C'est cette dynamique qui s'installe lors du passage de Gold Flake Paint du blog gratuit au magazine payant. Cependant une partie des articles du magazine est publiée sur le blog après la parution du numéro papier et Gold Flake Paint offre la possibilité de demander la version numérique du magazine à ceux qui n'auraient pas les moyens de payer. Le magazine prend ainsi ses distances avec la presse commerciale et met le principe du *paywall* en question au prisme des imaginaires de l'indépendance des médias et de la presse, magazine notamment. La question économique et la valeur symbolique sont alors mises en tension, ce qui sous-tend de nombreux changements de formes médiatiques.

Du fait de cette tension de nombreux titres ont navigué entre les formes digitales et numériques, entre amateurisme et professionnalisme. Magic et Les Inrockuptibles étaient à l'origine des fanzines qui ont fait le pari de la professionnalisation de la presse magazine. Les deux magazines ont connu de nombreux changements de formats, d'équipe et de formule éditoriale pour répondre aux exigences économiques. Samuel Etienne relève que le fanzine « Magic Mushroom devient Magic ! en 1995, subit une liquidation judiciaire en 2002 qui l'oblige à intégrer des capitaux d'un grand groupe de presse pour poursuivre sa publication »⁹⁴. D'autres fanzines comme Abus Dangereux sont parvenus à rester gratuits et uniquement financés par la publicité. Le fanzine puis le magazine Les Inrockuptibles était

⁹⁴ Étienne Samuel, « « First & Last & Always » : les valeurs de l'éphémère dans la presse musicale alternative », *Volume !* [En ligne], 2 : 1 | 2003, mis en ligne le 15 mai 2005, consulté le 12 novembre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/volume/2303> ; DOI : 10.4000/volume.2303 p.28

une publication spécialisée en musique avant de changer sa formule vers une ligne éditoriale plus généraliste afin de toucher une audience plus large. La part éditoriale laissée à la musique a été largement réduite au profit d'autres thématiques sociétales. S'est parallèlement développée une verticale musicale sur le web avec Les Inrocks Lab qui tiendrait plutôt du blog et viendrait en complément musical quotidien de la parution hebdomadaire du magazine généraliste. De l'autre côté de la Manche, le magazine musical hebdomadaire NME a vu la part des abonnements chuté au point que la publication est passé à la diffusion en gratuit avant d'abandonner l'imprimé pour se concentrer sur le numérique. Le magazine Brain lancé sur internet diffuse une version papier gratuite depuis 2017. Le magazine Gonzaï lancé sur le web en 2007 édite depuis 2013 une version imprimée uniquement financée par ses lecteurs. Le site internet américain Pitchfork lancé en 1995, racheté par Condé Nast en 2015, devrait passer en formule payante d'ici la fin de l'année 2019. La multitude et la diversité de ces changements de forme et de ces hybridations de formats montrent que la question économique met en tension les modalités de l'énonciation dans la presse musicale. Si la logique d'abonnement est une réponse aux exigences financières caractéristiques du magazine, la publicité est un autre moyen d'y répondre. Si le blog de Gold Flake Paint n'affichait pas de publicité, cette dernière est présente dans les pages du magazine au terme de la transformation.

3. L'éditorialisation de la publicité

La publicité est depuis longtemps une source de financement importante dans le développement d'un magazine comme investissement primaire. Gilles Feyel souligne ainsi l'apparition de la publicité dans les magazines : « En cette période de l'entre-deux-guerres, le monde de la publicité transformé par l'épanouissement de la publicité suggestive à l'américaine, investit la presse magazine »⁹⁵ ; et observe comment « la publicité sort de son isolement pour envahir, sous forme de placards ou d'annonces clairement identifiables, tout le corps du journal ou du magazine »⁹⁶. Aujourd'hui la publicité est omniprésente dans les magazines pour toucher des publics bien précis. Les magazines dit féminins sont ainsi envahis de publicités pour des parfums, des articles de mode ou des cosmétiques. Les annonceurs sont intéressés par la spécialisation éditoriale de la presse magazine mais rares sont ceux qui investissent de grosses sommes dans les magazines musicaux. On retrouve

⁹⁵ Feyel, Gilles. « Naissance, constitution progressive et épanouissement d'un genre de presse aux limites floues : le magazine », *Réseaux*, vol. n° 105, no. 1, 2001, p. 36

⁹⁶ Op. cit. p.37

dans ces derniers souvent des publicités pour des événements musicaux, pour des produits culturels, pour des marques de mode et de parfum parfois ou pour des marques d'alcool dont le droit de faire de la publicité est très limité par la loi Évin. La publicité devient donc un enjeu économique et un élément intégrant de l'énonciation éditoriale. De fait, la présence de publicité et la nature même de celle-ci dit quelque chose du positionnement et de la posture d'un magazine, d'autant plus lorsqu'il est spécialisé et indépendant.

Le positionnement des publicités dans le chemin de fer du magazine est donc dans une certaine mesure constitutif de la posture énonciative et de l'énonciation éditoriale. Les usages et les pratiques de lecture ont façonné la forme de la presse magazine et mis en exergue certains emplacements particuliers. La page de droite est considérée comme le point focal de la lecture dans la mesure où elle se dévoile en premier derrière la couverture. C'est historiquement la page sur laquelle figure l'illustration, déportant le texte sur la page de gauche où commence réellement la lecture. C'est donc un emplacement privilégié pour la publicité car il focalise l'attention du lecteur. La mise en page et notamment le maquettage en grille se fait l'écho des pratiques de *zapping* ou de *media snacking* en privilégiant les brèves illustrées comme dans les journaux gratuits ou les magazines féminins. La quatrième de couverture est considérée comme l'emplacement le plus coûteux car le plus visible, au même titre que la couverture du magazine. La publicité dans le premier numéro de Gold Flake Paint semble aller à rebours de tous ces imaginaires pour servir le positionnement énonciatif et la posture éditoriale du magazine indépendant.

Le premier numéro comprend en effet 19 pages de publicité quasiment toutes situées sur la page de gauche à l'exception de trois doubles pages et du recto de la quatrième de couverture. Toutes les publicités sont imprimées en noir et blanc, se confondant ainsi avec la mise en page générale du magazine. Il n'y a pas de publicité dans les sections composées de pages colorées sur fond orange et sur fond gris. Sur la vingtaine d'annonceurs présents dans ce premier numéro, il s'agit de labels indépendants basés majoritairement au Royaume-Uni ou aux États-Unis ; à l'exception d'une page de publicité réservée à une association caritative, Music Minds Matter, à la page 16. Parmi ces labels indépendants annonceurs, quatre sont aussi des distributeurs du magazine dont Community Records qui s'occupe des envois postaux vers les États-Unis et dont la publicité est placée stratégiquement au recto de la quatrième de couverture. Deux occurrences publicitaires se présentent également sous forme de lettre ouverte aux pages 80 et 92⁹⁷. Dans les deux cas

⁹⁷ Voir annexes

les labels en question, respectivement Lost Map et Tambourhinoceros, utilisent l'espace publicitaire acheté pour remercier et reconnaître la valeur symbolique de Gold Flake Paint. Beaucoup des artistes, des albums et des labels dont il est fait la publicité se retrouvent dans les pages du magazine. Cela révèle que les labels sont ceux qui participent financièrement en tant qu'annonceurs mais également ceux qui participent éditorialement en tant que promoteurs de leurs artistes. Autrement dit, les labels annonceurs soutiennent économiquement un média qui soutient éditorialement leurs artistes et leurs projets.

Le choix des annonceurs et du type de publicité présente dans une publication témoigne de son degré d'éditorialisation, d'indépendance mais aussi de ses besoins financiers. « La frontière entre information et publicité est parfois difficile à établir »⁹⁸ selon Fabien Hein qui fait référence à la chronique musicale. Écrire sur un artiste ou une œuvre qui a été appréciée par l'énonciateur reviendrait aussi bien à informer les lecteurs qu'à lui faire de la publicité. Il ne s'agit pas ici de « publidédactionnel » ou de « publiereportage » pour emprunter la terminologie de Jean-Marie Charon, mais d'un flou définitionnel propre à la rencontre de la promotion et de la critique musicale. La tension entre la question économique et le statut d'indépendance ne se pose plus ici comme une alternative à la tradition, à la convention mais relative à une industrialisation selon Chris Atton :

« Plus les magazines deviennent dépendants de la publicité des mêmes compagnies qui distribuent le travail des artistes, moins ils seront à même de compromettre cette relation commerciale. Ceci est particulièrement sensible dans les domaines spécialisés où un magazine essaie de s'imposer, ou lutte pour sa survie. »⁹⁹

Si la publicité dans le premier numéro de Gold Flake Paint semble s'inscrire dans un cercle vertueux de soutien aux artistes indépendants, le magazine est encore loin de ces questions de compromission commerciale. L'exemple de She Shreds cependant est intéressant car le magazine et son pendant digital est sponsorisé par des marques directement liées à la musique et non par des maisons de disques. On trouve parmi les sponsors de la publication Fender, Ernie Ball, C.F. Martin & Co et Reverb. La première est un fabricant de guitares et de matériel musical, les deux suivantes fabriquent des cordes de guitare et des instruments tandis que la dernière est une plateforme d'achat et de vente d'instruments et de matériel

⁹⁸ Hein Fabien, « Le critique rock, le fanzine et le magazine : « Ça s'en va et ça revient » », *Volume !*, 5 : 1 | 2006, p.97

⁹⁹ Atton Chris, « Sociologie de la presse musicale alternative », *Volume !*, 5 : 1 | 2006, p.23

musical entre particuliers. Ces marques sponsors de She Shreds sont à la fois cohérente avec la ligne éditoriale de la publication mais suffisamment éloignée de l'énonciation pour prévenir certains conflits d'intérêt. She Shreds comme Gold Flake Paint choisissent, sélectionnent, éditorialisent dans une certaine mesure les publicités présentes dans leurs pages notamment car les deux publications ont d'autres sources de financements qui leur laissent cette liberté. Ce n'est pas nécessairement le cas des journaux gratuits par exemple. La publicité apparaît à la fois comme un outil pour construire l'indépendance d'un magazine mais aussi comme un moyen de servir l'énonciation éditoriale et le discours de l'authenticité chez Gold Flake Paint.

C. Le processus d'anthropomorphisation et d'identification, une poétique de l'attachement

Les caractères de Gold Flake Paint au prisme de sa transformation du blog vers le magazine pourraient être considérés comme les objets d'un attachement qui dépasse les questions du format médiatique ou du contenu éditorial. Pour appréhender la publication et s'en l'approprier le discours, le lecteur passerait par un transfert de caractéristiques humaines à l'objet magazine. Le rapport du lecteur à la physicalité de l'objet joue un rôle particulier dans la manière dont il le perçoit, aussi bien littéralement que symboliquement comme le souligne Emmanuel Souchier :

« Les industries du disque et du cinéma ont été confrontées à un problème analogue avec la numérisation et la miniaturisation des supports. La perte physique a été compensée par un conditionnement (un *packaging*) dont les fonctions essentielles consistent à redonner aux sens visuels et kinésiques la part qui leur est due dans la préhension de l'objet : sa « valeur » et sa « corporéité ». L'acte d'achat, comme l'acte d'échange ou d'écriture, passent nécessairement par les sens physiques de l'homme. »¹⁰⁰

En traitant de la musique par l'écriture, Gold Flake Paint performe un attachement par lequel le lecteur s'identifie du fait de son propre goût. Le lecteur s'attache non seulement à l'énonciateur auquel il s'identifie car il partage au moins en partie son propos, mais s'attache également à la « corporéité » de cette énonciation, de cette mise en mots et en actes du

¹⁰⁰ Souchier Emmanuël. *Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale*. In: *Communication et langages*, n°154, 2007. L'énonciation éditoriale en question. p. 37

goût. Ces relations de l'individu goûtant à des objets se comprendrait donc au moyen de processus d'anthropomorphisation et d'identification. Autrement dit, pour s'approprier une publication musicale comme le blog et le magazine Gold Flake Paint, le lecteur leur prêterait des caractères humains pour permettre à ses sens d'appréhender l'objet et de s'y attacher. Selon Antoine Hennion, il s'agirait donc de « s'interroger de façon réflexive, à partir de l'expérience des amateurs, sur la façon dont se forment ces relations, et sur ce qu'elles changent des êtres : c'est pour cela que nous préférons parler d'attachements. Ce très beau mot casse l'opposition entre une série de causes qui viendraient de l'extérieur, et *l'hic et nunc* de la situation et de l'interaction. Du côté des amateurs, il insiste moins sur les étiquettes et plus sur l'état des personnes ; du côté des œuvres et des objets goûtés, il laisse ouvert leur droit de réponse, leur capacité à co-produire « ce qui se passe » »¹⁰¹. Le lecteur serait donc à la fois amateur de l'objet musique et de l'objet Gold Flake Paint et sa relation à ces objets aurait une influence directe sur lui-même en tant qu'individu, en tant qu'être, en tant que co-producteur du sens et des sensations qui résultent de ces relations.

Cette poétique de l'attachement serait donc fondée sur plusieurs niveaux d'identification : celle des objets, celle du discours, celle des personnes. Comme j'ai tenté de le montrer au fil de cette réflexion, les frontières entre ces trois instances de l'énonciations sont floues, poreuses ; et Gold Flake Paint profite de ce flou, de ces zones grises pour asseoir et développer les caractères qui permettent son identification, sa définition, sa description à la fois en tant qu'objet et en tant qu'entité. Gold Flake Paint c'est des personnes. Gold Flake Paint c'est un blog. Gold Flake Paint c'est un magazine. Gold Flake Paint c'est une certaine idée de la musique, c'est une certaine idée de l'indépendance, c'est une certaine idée de l'indépendance. Gold Flake Paint c'est un discours, un propos, une idéologie. Gold Flake Paint c'est aussi une volonté de transformation. Gold Flake Paint c'est confusément tout ça en particulier et tout ça à la fois comme autant de point d'entrée et de point d'ancrage de l'attachement du lecteur.

1. Les figures de la prescription

Pour l'amateur de musique, Gold Flake Paint s'institue comme une figure de la prescription, c'est-à-dire comme une instance éclairée de conseil capable d'émettre un avis informé qui fait autorité, une recommandation intermédiée par une énonciation. Ce

¹⁰¹ Hennion, Antoine. « Réflexivités. L'activité de l'amateur », *Réseaux*, vol. 153, no. 1, 2009, p.59

positionnement construit par l'énonciateur lui est renvoyé par ses lecteurs, ses destinataires qui deviennent les co-constructeurs de cette relation. La prescription culturelle en général et musicale en particulier est une circulation des goûts et des savoirs, un échange entre des amateurs occasionnels, éclairés ou experts, professionnel ou non. Dans le cas de Gold Flake Pait, elle passe par la médiatisation de l'énonciation d'abord sous forme de blog comme média alternatif puis de magazine comme média indépendant. Pour Samuel Etienne, « le média alternatif offre les moyens d'une communication démocratique à des gens habituellement exclus de la production médiatique »¹⁰². Cette communication démocratique s'inscrit dès lors dans le processus d'identification du lecteur à un avis donné mais aussi à la position énonciative de l'amateur qui le partage. Les formes du blog et du magazine positionnent l'énonciateur comme une instance experte et co-construisent avec le lectorat la figure d'autorité, de la prescription par cette intermédiation, cette relation réciproque dans la communication démocratique.

Sans nécessairement connaître l'identité de l'individu qui porte l'énonciation de la prescription, le lecteur passerait un contrat tacite de confiance mutuelle avec l'énonciateur considéré comme expert. Rita Valette-Florence et Virginie de Barnier avancent que « dans le cadre d'une approche relationnelle entre le lecteur et les supports media, le lecteur ressent le besoin d'être proche de son magazine, d'être compris et conseillé par lui, d'avoir les mêmes valeurs et les mêmes centres d'intérêts »¹⁰³. Cette conception très marquée par le marketing est intéressante dans la mesure où elle révèle les interactions et les relations qui se tissent entre l'énonciateur et le lecteur via le support médiatique. Elle est toutefois insuffisante car elle s'inscrit dans le processus d'anthropomorphisation sans tenter de le dépasser ou de l'expliquer. Le support de l'énonciation est certes un vecteur d'idées, d'idéaux et d'imaginaires auxquels le lecteur peut s'identifier dans la mesure où il les partage mais ne revient pas à créer une « personnalité » pour un objet physique et inanimé. Le magazine Gold Flake Paint donne en effet une matérialité à un ensemble de valeurs et de discours partagés entre le lecteur et l'énonciateur en s'appuyant sur des procédés d'écriture et de rhétorique qui alimente l'imaginaire de la proximité et le discours de l'authenticité.

¹⁰² Étienne Samuel, « « First & Last & Always » : les valeurs de l'éphémère dans la presse musicale alternative », *Volume !* [En ligne], 2 : 1 | 2003, mis en ligne le 15 mai 2005, consulté le 12 novembre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/volume/2303> ; DOI : 10.4000/volume.2303 p.7

¹⁰³ Valette-Florence, Rita, et Virginie de Barnier. « Les lecteurs sont-ils capables d'anthropomorphiser leur magazine ? Une réponse par la méthode de triangulation », *Management & Avenir*, vol. 27, no. 7, 2009, p.54

L'attribution de caractéristiques comportementales ou morphologiques humaines à un magazine est une co-construction qui émane d'une part du discours de l'énonciateur qui partage ses goûts et ses caractères par l'écriture, d'autre part de l'attachement du lecteur à l'énonciation qui lui est ainsi présentée. Il s'agirait donc moins d'un besoin de proximité du lecteur par rapport au support médiatique que d'un anthropomorphisme proposé par le magazine qui aide à saisir le propos, à représenter la figure de la prescription. À l'inverse des critiques rock sont lus en et pour leur nom, le magazine Gold Flake Paint s'appuie sur une identité d'expert co-construite non pas autour d'une personne ou d'une personnalité faisant autorité mais autour d'une entité médiatique prescriptrice.

Gold Flake Paint apparaît alors comme un outil, moyen de faire le tri parmi les informations et les contenus disponibles sur le modèle de *gatekeeping* et de la fonction filtre. Loin des algorithmes fonctionnant comme des systèmes de reproduction sociale désincarnés et automatisés basés sur nos pratiques numériques, Gold Flake Paint s'appuie sur une énonciation subjective, une dynamique d'identification entre l'énonciateur et le lecteur, et un transfert anthropomorphique vers le support. S'opère alors un déplacement de la valeur symbolique dans la co-construction de la figure de la prescription. Gold Flake Paint se présente comme une instance de recommandation subjective fondée sur le goût et l'interprétation via des supports numériques et imprimés. La figure de la prescription émerge dès lors que les lecteurs se saisissent du propos et de leur capacité à y répondre, à y faire des retours, à y investir des caractères humains en miroir de la subjectivité donnée à lire. Les échanges et les circulations qui s'ensuivent sortent souvent du simple cadre médiatique.

2. La confusion entre les formats blog et le magazine

Le processus d'anthropomorphisation s'explique aussi en partie par le flou formel et définitionnel laissé en suspens par Gold Flake Paint. Si le discours de la transformation accompagne la transition de la focale du blog vers le magazine, la continuité de l'énonciation crée une ambiguïté entre les formes. Les prises de parole de Gold Flake Paint se partagent entre le blog, le magazine, les réseaux sociaux et autres plateformes de partage de contenu. L'énonciateur brouille ainsi les pistes par des discours d'escorte qui se répondent d'un format à l'autre. La confusion entre les formats participe du positionnement flou recherché par Gold Flake Paint. La concomitance des formats qui portent le nom et l'identité de Gold Flake Paint en font une entité difficile à définir, à saisir mais d'autant plus ouvert à

l'appropriation par le lecteur. Derrière les milliers de comptes qui suivent Gold Flake Paint sur les différents réseaux sociaux, il y a des lecteurs potentiels, des lecteurs potentiels du blog, des lecteurs potentiels du magazines mais aussi des lecteurs potentiels des posts sur les réseaux sociaux. Le caractère protéiforme et pourtant indéfini de Gold Flake Paint travaille ces processus d'anthropomorphisation, d'identification et d'attachement en en multipliant les entrées possibles.

De fait, les formats continuent de se nourrir l'un l'autre ne provoquant donc pas de rupture mais assurant une continuité aux limites floues qui profite à l'énonciateur. Si choisir c'est renoncer, il n'y a vraisemblablement pas eu à faire de choix car il n'y a pas de renonciation du blog au profit du magazine. Parallèlement les réseaux sociaux sont utilisés pour construire le discours en dehors des formats de presse et d'information culturelles s'enrichir de l'importance des interactions entre l'énonciateur et le lectorat. Un glissement énonciatif s'opère vers des canaux aux fonctions particulières. On observe sur le blog la reprise des premières et du traitement des actualités après le lancement du magazine alors que le support informatisé devient dans le même temps un outil de promotion du support imprimé. Ce dernier, comme je l'ai montré précédemment, renvoie également au blog par des signes sémiotiques disséminés entre ses pages. La prise de parole sur les réseaux sociaux fait le lien entre les deux formes médiatiques de Gold Flake Paint et ouvre par la même un troisième champ d'expression de l'énonciation où elles peuvent cohabiter. Ce polyglottisme et cette polyphonie semble utiliser la continuité de l'énonciation pour transcender les barrières formelles et construire une entité transmédiatique, voire cross-médiatique. Il s'agirait ainsi de faire naître de la confusion une cohérence identitaire pour jouer sur les deux tableaux, sur les deux tempos. Gold Flake Paint s'arrache ainsi à l'étiquetage, à la labellisation. Il ne s'agit pas simplement d'un blog ou d'un magazine ou d'une instance énonciative mais tout ça à la fois. Cette confusion des formes appuie l'unicité de Gold Flake Paint comme entité.

3. La confusion entre la personne et le collectif

Mais alors, qui prend la parole et pour qui ? L'entité Gold Flake Paint et les membres de l'équipe éditoriale se partage l'autorité de la prise de parole. La position énonciative n'est pas la même pour un individu ou pour un collectif, la charge symbolique de l'énonciation diffère entre la prise de parole d'un blogueur amateur et celle d'une équipe quasi professionnelle. Le flou maintenu autour de la définition des formes influence

nécessairement l'identification de l'énonciation. À la lumière des analyses croisées du billet de blog et de l'introduction du premier numéro, il peut être relevé que c'est principalement Tom Johnson qui prend la parole pour Gold Flake Paint et qui parle des contributeurs dans une réflexivité éditoriale, alors que la parole des membres de l'équipe du blog comme du magazine est dirigée uniquement vers l'objet de leur discours. Autrement dit, Tom prendrait la parole aussi bien pour lui-même, pour les membres de l'équipe et pour l'entité Gold Flake Paint alors que les autres individus qui la compose ne prendraient la parole que sous couvert de cette même entité.

Les différentes parties prenantes du média sont identifiées comme le fondateur, les collaborateurs, les contributeurs et autres rôles éditoriaux comme les *designers*, les éditeurs et les auteurs. Du blog au magazine en passant par les réseaux sociaux, Gold Flake Paint semble osciller entre le choix de nommer, définir et identifier les rôles et les fonctions de chacun ou bien de laisser libre cours à l'énonciation sous le patronage de l'entité transmédiatique. Si cette incertitude flottante est prégnante dans les discours de Gold Flake Paint, elle se précise dans l'énonciation éditoriale par l'importance des systèmes de signature ; tantôt comme mise en avant de la singularité des individus scripteurs et producteurs de contenu, tantôt comme effacement au profit du collectif. Les crédits sont des signes sémiotiques qui se font écho d'une forme à l'autre. Sur le blog comme dans le magazine les contributeurs sont identifiés par la présence systématique de crédits : « *words by* » ou « *photograph by* » par exemple. Dans les dossiers comme « *A Summer's Listening* » ou « *Under the Radar* », les noms des auteurs ne sont cités qu'une fois en début de section puis remplacés par des symboles pour les occurrences suivantes. Il y a donc une volonté de reconnaissance des individualités impliquées dans la polyphonie de l'énonciation éditoriale qui se double d'une volonté de cohérence générale de l'entité Gold Flake Paint.

Cette dilution d'une identité personnelle au profit du collectif, du collaboratif s'opère quand le « je » s'efface au profit du « nous » sans référents particuliers comme cela a pu être observé précédemment dans les analyses de discours. Il s'agirait ainsi d'alimenter l'imaginaire de la proximité en traçant tout de même les frontières de l'intimité. L'utilisation de la première personne du singulier ou du pluriel affermit la prise de la subjectivité dans le discours et personnalise l'énonciation. Gold Flake Paint offre ainsi une *persona* à laquelle s'identifier sans toutefois livrer l'intimité des auteurs dans l'énonciation. Le discours qui se construit ainsi s'érige à partir de l'illusion rhétorique du personnel qui sert un collectif indistinct et à géométrie variable. Les procédés discursifs d'authenticité et de sincérité n'en

sont pas rendus plus artificiels ou feints mais participe de la construction de cette *persona* commune qui rassemble les valeurs partagées par les membres de la publication et par extension de leur lectorat. Il s'opère dès lors un retour vers l'identité énonciative et vers la communauté idéologique. La confusion entre la personne et le collectif décale donc le processus d'identification et *a fortiori* d'anthropomorphisation vers une entité tierce qui se présente comme une *persona* abstraite, imaginaire mais surtout construite par l'énonciation.

4. La confusion entre l'objet et la personne

La confusion entre les formats et la confusion entre les individualités dans l'énonciation éditoriale entraîne une confusion entre l'objet et la personne. C'est cette conjoncture qui se traduit par l'anthropomorphisation du médium. Le manque de définition de la forme dans le discours ne pallie pas le manque de définition de l'identité de l'énonciateur et inversement. De ce double mouvement émerge une identification floue à l'entité Gold Flake Paint via une *persona* façonnée par l'énonciation, comme un écran sur lequel serait projeter les ombres composites de l'identité. Cette anthropomorphisation n'advient pas *ex nihilo* mais se tisse par l'utilisation des champs lexicaux de la naissance, du corps humain et de la personnalisation. Les références discursives à l'incarnation, la corporéité et les sens affirment et témoignent de la matérialité de l'objet magazine issu de l'imaginaire de l'immatériel développé autour du format du blog. Les caractères humains ainsi appliqués au magazine renvoie à la personne ou à la *persona* qui endosse la responsabilité énonciative de Gold Flake Paint. Il s'agit la plupart du temps de Tom Johnson aux yeux des lecteurs car c'est lui qui signe les prises de parole réflexives à propos l'énonciation éditoriale.

L'attachement à la « personnalité » perçue d'une publication, d'une instance de prescription peut ainsi se faire à plusieurs niveaux : au niveau des individus, au niveau du collectif, au niveau idéologique. Cette personnalité perçue est ressentie, inventée, projetée par les lecteurs au gré des procédés littéraires, rhétoriques, voire presque poétique. La confusion entre l'objet et la personne n'a plus véritablement d'assise personnifiée, et fait naître un être de fiction, une personne idéalisée qui rassemble et arbore les valeurs, les idées et les avis défendus par la publication. Le magazine semble ainsi devenir un être à part entière, détaché de l'énonciation de Tom ou de tout autre contributeur du magazine pour devenir une personne chimérique incarnée dans le papier. Cet avatar de l'énonciation devient ainsi

le foyer qui concentre la valeur symbolique des imaginaires de proximité et d'intimité. Ces processus d'incarnation de l'énonciation tendent donc à donner un support aux valeurs et aux fonctions symboliques de la corporéité et des sens évoquées plus haut dans la citation d'Emmanuel Souchier. Il s'agit également d'un procédé d'attachement au monde pour reprendre la terminologie d'Antoine Hennion afin de trouver de quoi l'appréhender, le comprendre, le partager. Il semble s'opérer alors une inversion de l'abstraction, de l'intellectualisation du magazine dans une démarche absolument anthropocentrique et égocentrée de la part du lecteur qui rapport à sa propre perception à une corporéité fabriquée qu'il pourrait dont il pourrait dès lors se saisir.

CONCLUSION

La transformation de Gold Flake Paint d'un blog vers un magazine cristallise de nombreux enjeux, problématiques et questionnements quant à la définition des formes médiatiques et aux positionnements énonciatifs qu'elles invoquent. La problématique au cœur de ce mémoire interroge la complexité et la diversité des marques de l'énonciation éditoriale dans la presse musicale en s'appuyant principalement sur un exemple au croisement des *media* imprimés et informatisés. Ce questionnement même est sous-tendu par le rapport entre le papier et les écrans qui peut être au premier abord considéré comme oppositionnel. Pourtant les formes de Gold Flake Paint se répondent, interagissent et se façonnent les unes les autres. Si les marqueurs et les systèmes de signes de l'énonciation éditoriale divergent de l'une à l'autre, leur analyse au prisme d'un média en particulier permet de mettre en lumière leur complexité dans la mesure où il est difficile d'en arrêter les définitions et d'en tracer les frontières exactes. Plutôt que de vouloir identifier des catégories et tenter de faire entrer l'énonciation dans des cases hermétiques, il s'agit de voir ces marques diverses comme autant de paramètres à ajuster, à nuancer, à adapter pour embrasser toute la richesse des possibilités de l'énonciation éditoriale.

Ma première hypothèse posait le geste énonciatif consistant à cesser l'activité du numérique au profit de l'imprimé comme la cause d'un glissement éditorial et un repositionnement énonciatif du blog vers le magazine. L'événementialisation de la prise de parole pour énoncer et annoncer la transformation entraîne effectivement une démarche réflexive de Gold Flake Paint. Cette formulation performative du geste énonciatif est présente à la fois sur le blog et dans le magazine, créant ainsi une continuité entre les deux formes.

Néanmoins, du fait même de la nature des formats du blog et du magazine, l'énonciation éditoriale s'en voit modifiée. Si les CMS contraignent la mise en page et l'agencement du texte pour les blogs, le format du magazine implique également des contraintes formelles fortes du fait même de la matérialité de l'objet. Un glissement éditorial s'opère donc pour Gold Flake Paint dans la mesure où le tour de main de l'édition ne répond pas aux mêmes conventions en ligne et sur papier. Les rôles de l'énonciation éditoriale se voient donc redistribués et de nouvelles marques apparaissent comme la publicité dans le magazine qui était absente du blog. La périodicité de la publication est également un facteur d'explication majeur de ce glissement éditorial au regard du contenu dont certains formats sont communs au blog et au magazine comme les entretiens et les chroniques d'albums mais dont d'autres ne se trouvent que dans un seul format. Ainsi ne trouve-t-on pas de premières ou de critiques de titre dans le magazine, de même que l'on ne trouve pas de paroles manuscrites ou de longs essais personnels sur le blog. Cela paraît toutefois insuffisant pour parler de repositionnement dans la mesure où il n'y a pas de rupture de l'énonciation du fait du discours de la transformation tenu via les deux *media*. Le positionnement du magazine n'apparaît pas *ex nihilo* mais se fonde très largement sur celui du blog. Il ne s'agit pas pour Gold Flake Paint de se positionner à *nouveau* comme le laisse entendre le préfixe mais d'étendre son positionnement à une nouvelle forme, d'autant plus que le blog ne disparaît pas et maintient un positionnement énonciatif, certes altéré. Le glissement éditorial travaille et façonne ainsi le positionnement énonciatif de Gold Flake Paint en s'inscrivant dans la dynamique de la transformation.

Ma deuxième hypothèse avançait que le passage du blog au magazine créait une tension dans l'énonciation vis-à-vis de la posture et du positionnement de l'énonciateur entre amateur et professionnel. Cette tension résulte du glissement éditorial entraîné par le changement de la forme dominante, lorsque l'imprimé prend le pas sur le numérique sans toutefois créer de rupture dans l'énonciation. Le passage d'un *medium* gratuit à un *medium* payant contenant de la publicité fait émerger la question économique et ainsi celle du professionnalisme. Le positionnement de l'amateur comme celui qui aime n'est pas mis en question par le statut professionnel ou non de l'énonciateur mais la professionnalisation à laquelle tendrait la publication et ses énonciateurs interroge le positionnement indépendant et la posture alternative du magazine, et par extension du blog. Cette tension dans les valeurs et les idéologies de l'énonciation de Gold Flake Paint permet de les réaffirmer par le discours de l'authenticité, la rhétorique de la sincérité et la co-construction de l'identité d'expert et de la figure de la prescription. L'énonciation se trouve donc effectivement en

tension et en évitant la rupture démontre sa crédibilité, sa vérité et sa fiabilité. En outre, le passage du blog au magazine n'équivaut pas à un passage de l'amateur au professionnel dans la mesure où la presse commerciale et le statut de journaliste sont mis à distance par l'énonciation et les choix éditoriaux du magazine et du blog. Gold Flake Paint s'inscrit ainsi dans un métissage des formes de la publication musicale en faisant évoluer le curseur de son positionnement et de sa posture à la fois sur le spectre formel et sur le spectre professionnel. Cette modulation entraîne en partie le processus d'identification et d'attachement des lecteurs envers Gold Flake Paint et devient le catalyseur de l'anthropomorphisme. L'attribution de caractères humains au blog et au magazine s'explique notamment par la confusion entre les formats matériels et les instances de l'énonciation d'où ressort l'entité Gold Flake Paint comme objet de l'attachement.

Ma troisième hypothèse mettait en question l'authenticité de la posture éditoriale construite par l'amateur-blogueur au prisme des enjeux économiques du financement et de la rentabilité du magazine, rendus visibles par le processus de transformation médiatique. La rhétorique de la sincérité quant à la présence de la publicité pour financer la transformation vers le magazine participe du discours de l'authenticité et permet de soutenir la posture éditoriale de Gold Flake Paint. Le positionnement stratégique par rapport à une niche alternative est au fondement d'une communauté idéologique qui permet la co-construction du positionnement indépendant. D'une part via l'éditorialisation de la publicité et d'autre part via l'utilisation des outils du *crowdfunding* qui impliquent les lecteurs dans la transformation et les enjeux économiques qui en découlent. Le financement et la rentabilité du magazine ne dépendent dès lors pas d'un groupe de presse ou d'investisseurs financiers mais de cette communauté de niche constituée à la fois des lecteurs du blog et du magazine et des annonceurs qui sont des acteurs de la frange indépendante de l'industrie musicale. L'authenticité de la posture éditoriale est ainsi affirmée par l'attachement de Gold Flake Paint à la musique indépendante, partagé par les lecteurs qui deviennent dès lors des soutiens économiques du magazine. Gold Flake Paint maintient donc par les procédés énonciatifs l'authenticité de sa posture éditoriale en impliquant son lectorat. L'amateur-blogueur face aux contraintes et aux caractéristiques de la presse magazine se positionne donc comme celui qui aime, celui qui n'est pas professionnel et qui n'est pas journaliste non plus. Si le caractère du blogueur s'efface, c'est pour laisser place à un auteur-énonciateur dont le discours se construit avec l'appui des lecteurs.

L'exemple particulier de Gold Flake Paint et la relative singularité de sa démarche de transformation de l'écran au papier ouvre donc à des questionnements et des réflexions plus générales sur la presse musicale et les nouveaux médias numériques. Les dynamiques énonciatives mises au jour dans ce mémoire font émerger des tensions dans les formes et les discours ; ceux de Gold Flake Paint dans son incarnation numérique aussi bien qu'imprimée mais également dans ceux qui circulent dans la presse en général et dans la presse musicale spécialisée en particulier ainsi que dans l'industrie musicale. Le choix de ce sujet de mémoire témoigne d'un goût personnel pour la musique, pour la presse spécialisée, alternative et indépendante ainsi qu'un attachement propre à Gold Flake Paint, l'objet même de ma réflexion. Si cela appuie une connaissance assez riche de ces domaines, cela implique également des biais subjectifs que la recherche nécessite de mettre à distance. La déconstruction d'une authenticité fabriquée par le discours de Gold Flake Paint en est un exemple fort. Il s'agissait aussi d'éviter de tomber les écueils des prétentions communicationnelles et du marketing qui surgissent assez rapidement dans un contexte de transformation où interviennent des données économiques. Le premier numéro du magazine de Gold Flake Paint est un objet riche de sens et de sujets de réflexion dans la mesure où il est indissociable du blog qui l'a précédé et avec lequel il coexiste désormais. Il est au croisement de nombreux paradigmes et témoignent de la richesse des questionnements issus de ces hybridations de la presse, numérique et imprimée comme le relevait déjà Gilles Feyel pour les magazines :

« Il reste à distinguer dans ce vaste monde de la presse magazine, au-delà des catégories habituelles, des sous-genres en fonction des effets de mise en page, des rapports unissant texte et illustration, des formules journalistiques... »¹⁰⁴

Si la presse magazine offre un large éventail de métissages, d'hybridations, de mélanges des genres aussi bien éditoriaux que discursifs, le dynamisme des nouveaux médias numériques et les points de contacts avec les médias traditionnels ouvrent un champ des possibles assez vertigineux.

La réflexion proposée dans ce mémoire n'est qu'un modeste échantillon des questionnements qui fleurissent dans ce champ. Elle a été rendue possible par des ressources et des références académiques précieuses qui toutefois dataient

¹⁰⁴ Feyel, Gilles. « Naissance, constitution progressive et épanouissement d'un genre de presse aux limites floues : le magazine », *Réseaux*, vol. n° 105, no. 1, 2001, p.47

majoritairement du début des années 2000. La presse magazine semble depuis avoir évolué notamment au contact des nouveaux médias numériques mais il semblerait que les chercheurs ne s'en soient pas encore emparés. De surcroît, l'hybridation des formats est liée à une conjoncture technologique favorable comme le montrent les exemples des fanzines qui se sont développés notamment du fait de l'accès de plus en plus répandu à des photocopieurs et des blogs qui se sont multipliés avec l'accès à internet et aux CMS. Cela laisse donc présager l'apparition de nouvelles formes coïncidant une conjoncture technologique renouvelée par des avancées techniques. Pour ce qui est de Gold Flake Paint, à l'heure où j'écris ces lignes, le quatrième numéro est paru il y a quelques semaines et un cinquième est en préparation. Au fil de la publication ces nouveaux numéros au cours de la rédaction de ce mémoire, j'ai pu observer et relever des éléments qui sont apparus ou ont évolué depuis le lancement du premier numéro. Gold Flake Paint a partiellement repris l'activité du blog et qui annonce une pause dans la publication du magazine après le prochain numéro à paraître début 2020.

BIBLIOGRAPHIE

• MÉDIAS INFORMATISÉS

Cardon, Dominique. « La démocratie Internet. Entretien avec Dominique Cardon », *Transversalités*, vol. 123, no. 3, 2012, pp. 65-73.

Jeanneret Yves, Souchier Emmanuël. L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran. In: *Communication et langages*, n°145, 3ème trimestre 2005. L'empreinte de la technique dans le livre. pp. 3-15.

Jeanne-Perrier, Valérie. « Des outils d'écriture aux pouvoirs exorbitants ? », *Réseaux*, vol. n° 137, no. 3, 2006, pp. 97-131.

Jeanne-Perrier Valérie. L'écrit sous contrainte : les Systèmes de management de contenu (CMS). In: *Communication et langages*, n°146, 4ème trimestre 2005. Tout peut-il être média? pp. 71-81.

Jeanne-Perrier Valérie. Média imprimé et média informatisé : le leurre de la complémentarité. In: *Communication et langages*, n°129, 3ème trimestre 2001. Dossier : Internet vu du journalisme. pp. 49-63.

• MÉDIAS IMPRIMÉS

Charon, Jean-Marie. *La presse magazine*. Paris : La Découverte. 2008.

Charon, Jean-Marie. « La presse magazine. Un média à part entière ? », *Réseaux*, vol. n° 105, no. 1, 2001, pp. 53-78.

Feyel, Gilles. « Naissance, constitution progressive et épanouissement d'un genre de presse aux limites floues : le magazine », *Réseaux*, vol. n° 105, no. 1, 2001, pp. 19-51.

Jeanne-Perrier Valérie. Média imprimé et média informatisé : le leurre de la complémentarité. In: *Communication et langages*, n°129, 3ème trimestre 2001. Dossier : Internet vu du journalisme. pp. 49-63.

Pain Jean-Pierre. La « parole graphique » du journal. In: *Communication et langages*, n°32, 1976. pp. 95-111.

Souchier, Emmanuël. « L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale », *Les cahiers de médiologie*, vol. 6, no. 2, 1998, pp. 137-145.

Souchier Emmanuël. *Formes et pouvoirs* de l'énonciation éditoriale. In: *Communication et langages*, n°154, 2007. L'énonciation éditoriale en question. pp. 23-38.

Valette-Florence, Rita, et Virginie de Barnier. « Les lecteurs sont-ils capables d'anthropomorphiser leur magazine ? Une réponse par la méthode de triangulation », *Management & Avenir*, vol. 27, no. 7, 2009, pp. 54-72.

• PRESSE MUSICALE

Atton, Chris. "Writing about Listening: Alternative Discourses in Rock Journalism." *Popular Music*, vol. 28, no. 1, 2009, pp. 53-67. *JSTOR*, www.jstor.org/stable/40212426.

Atton Chris, « Sociologie de la presse musicale alternative », *Volume !*, 5 : 1 | 2006, 7-25.

Étienne Samuel, « « First & Last & Always » : les valeurs de l'éphémère dans la presse musicale alternative », *Volume !* [En ligne], 2 : 1 | 2003, mis en ligne le 15 mai 2005, consulté le 12 novembre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/volume/2303> ; DOI : 10.4000/volume.2303

Hein Fabien, « Le critique rock, le fanzine et le magazine : « Ça s'en va et ça revient » », *Volume !*, 5 : 1 | 2006, 83-106.

• ÉCRITURE ET LANGAGE

Candel, Etienne & Jeanne-Perrier, Valérie & Souchier, Emmanuël. (2012). Petites formes, grands desseins. D'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures.

Marnette Sophie. L'effacement énonciatif dans la presse contemporaine. In: *Langages*, 38^e année, n°156, 2004. Effacement énonciatif et discours rapportés, sous la direction de Alain Rabatel. pp. 51-64.

Rabatel Alain. Positions, positionnements et postures de l'énonciateur. TRANEL. Travaux Neuchâtelois de Linguistique, Institut des sciences du langage et de la communication (Neuchâtel, Suisse), 2012, 56, pp.23-42.

• SOCIOLOGIE

Hennion, Antoine. « Une sociologie des attachements. D'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur », *Sociétés*, vol. n° 85, no. 3, 2004, pp. 9-24.

Hennion, Antoine. « Réflexivités. L'activité de l'amateur », *Réseaux*, vol. 153, no. 1, 2009, pp. 55-78.

ANNEXES

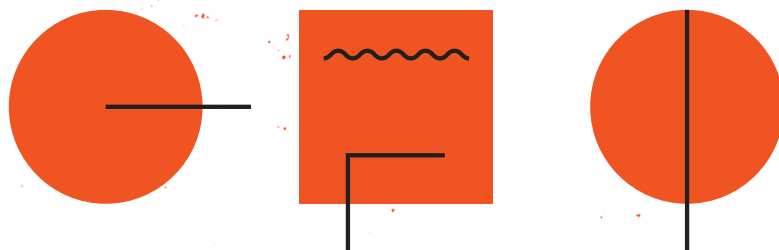
Annexe 1 : Extraits choisis du premier numéro du magazine Gold Flake Paint	97
---	-----------

Annexe 2 : Propositions de traduction	
a) Billet de blog « <i>A Goodbye From Us / A New Chapter</i> ».....	113
b) Introduction du premier numéro du magazine Gold Flake Paint	115

Annexe 3 : Documents de travail préparatoire	
a) Analyse exploratoire de la page d'accueil du blog	116
b) Analyse exploratoire du billet de blog « <i>A Goodbye From Us / A New Chapter</i> »	121
c) Analyse exploratoire du premier numéro du magazine	124
d) Analyse exploratoire de l'article « <i>Long-read: Self-care ~ David Bazan on Pedro the Lion; on reviving the past & making peace with it</i> »	128

Annexe 4 : Captures d'écran	
a) Page d'accueil du blog <i>golflakepaint.co.uk</i>	129
b) Billet de blog « <i>A Goodbye From Us / A New Chapter</i> »	130

Annexe 1 : Extraits choisis du premier numéro du magazine Gold Flake Paint



Gold Flake Paint

A Music Journal



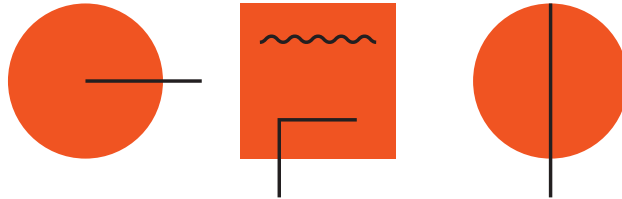
Issue One
Autumn 2018

Mitski / Swearin' / Kathryn Joseph / David Bazan / Tasha / Half Waif /
Iron & Wine / Tomberlin / Phosphorescent / Devon Welsh / & more



for scott;

for the tiny changes



Created by
Tom P. Johnson

Design by
Tom Rogers

Edited by
Hannah Boyle

Writing Team:

Sammy Maine

Maria Sledmere

Mel Reeve

Hannah Boyle

Lior Phillips

Trevor Elkin

Logo design by **Emer Tumilty**

Special Thanks:

Grant Hutchison, Community Records, Dog Day Press, Sam Amdjadi, David Darke, Beth Chalmers
GFP Patreon subscribers, the music blogging community,
everyone who bought a tape/t-shirt/compilation,
anyone who told a friend

*

Issue Two released **January 2019**

Subscribe: **goldflakepaint.bandcamp.com**

Sponsor: **patreon.com/goldflakepaint**

*

Advertising & Stocking Enquiries:
tom@goldflakepaint.co.uk

General enquiries:
mail@goldflakepaint.co.uk

Hello.

Eight years is a long time.

It's a long time to do anything. It's certainly a long time to be sat on the internet sharing music into electronic wilderness. Which is what **GoldFlakePaint** existed to do; from May 2010 until May 2018. We couldn't be prouder of what we achieved as a ~ music blog ~ in that funny world we never really felt like a true part of. But

things

change,

sometimes by choice, sometimes by design.

So, hi, hello, welcome to a new chapter of GoldFlakePaint.

This is how we exist now; in the real world, in your hands and homes.

And here you are. This journal is for you. We want it to be a place of comfort, somewhere that can distract from the rush of the day, a quiet corner to embrace; somewhere not just to discover new music but to read about music you already love. That's a balance we always tried to find online and something we mean to continue with. The old and new; the big and the small, all on equal footing, as it should be. But take from it - and make of it - whatever you will. As I said, it belongs to you, and we're just so very thankful and humbled that you took the time to take an interest in our new journey.

So, on that note, **welcome!**

100 pages, front to back; features, interviews, essays, photography, and a few adverts that allowed us to do this. A big thank you to **Mitski** for gracing our first ever cover, and her team for all of their help in getting it done. We wouldn't have wanted anybody else. Thank you to each and every artist featured here, for their time and grace and talent.

Thank you to the small team who followed me on this new ride, for all the support and wonderful (hard) work, and especially to Tom Rogers for his design skills and patience while piecing this together as I tore it all apart, time after time.

So many people to thank, because this really means everything. To start something, so long ago - for the lack of anything else to do, for the need to create something - and to now be here, is more than a dream come true. It's, well, everything.

I sincerely hope you enjoy GoldFlakePaint's Music **Journal**.

We put our hearts and soul into it.

Issue Two will be available to pre-order by the time you read this.

If you know someone who might like to join us in this journey,

please do let them know.

We want to **grow** and succeed,

we want to produce more pages,

better pages,

and make tiny changes where we can.

We hope to see you **again** soon.

Tom Johnson

Founder, GoldFlakePaint

Inside

Scott Hutchison	8		
Frightened Rabbit	13		
Swearin'	18		
		David Bazan	22
		Devon Welsh	30
		Ambient Confections	37
		Mitski	42
		A Summer's Listening	54
		Kathryn Joseph	60
		Phosphorescent	65
		Tasha	70
		Iron & Wine	76
Under The Radar	82		
Tomberlin	88		
Half Waif	94		

“LOOK HOW FAR THEY GO AROUND”

On 10 Years of *Frightened Rabbit's* ‘The *Midnight* Organ Fight’

This is a story about me. Which is, we're so often told, what we should always be writing about, when it comes down to it. It's also a story about something else and other things too, as any story tends to be; collected pieces found along the way; little flecks of otherness to *illuminate* the whole thing, like jewels in a junkyard.

It begins on a hill, in a town between hills, somewhere in the south of England. And it begins approximately 10 years ago, though it could go much further back than that, I suppose. It begins, once more, in finer detail, with a walk to work, the same walk every day in fact; to a job I didn't care for and back to a home that was quietly crumbling, like a drawn-out, winter-long earthquake so subtle we thought we could just pretend that it wasn't, in fact, happening at all, that neither of us even noticed. But I noticed it (I won't speak for her). I heard it rumble in the night when I lay awake thinking of what else. Felt it gently *underfoot* in the quiet, empty mornings. Noticed it in the way the pictures would hang from their hooks, always slightly squint no matter how many times we righted them.

And then a song came in and changed something, making that rumble of the quake much louder, no longer to be ignored, but somehow alleviating the weight of what it meant at the same time. This song became my companion, every day, on the walk to and from. I stuck by it because sometimes when I heard it, when I walked among my fellow tired human beings, my heart would soar for just long enough

to see something brighter laying ahead, in the change that was getting closer and closer.

When it talked of a talk, of someone telling another about what they did that day, I was lost in the simplicity of such a thing and my rib cage heaved for it. To ask and be *asked*. Something so simple, but the contentment of the image ripped through me like a brisk wind and I felt everything all at once, for a brief moment, just long enough to believe in the world and myself once more. It's funny what a song can do,

don't you think?

When I spoke of that song years after, to others, to myself, I would say that it *saved* me. The truth is probably more that it *changed* me. I'd like to think I wasn't quite past the point of self-salvage but I suppose there's no way of knowing, if the difference between the two even matters. It's hard to remember now, given everything that's been and gone in the in between, the actuality of that walk, the back and the forth. It's details have faded, not so much like a photograph, but like a story repeated and repeated, less pronounced and greatly embellished until it's all a bit of a jumble.

In the ten years that have passed since I left that shuddering hill, since that song was written and born, I've slowly journeyed North, eventually finding my own place among the bridges and hills and dirty streets that helped to build both it and the album it introduced; not deliberately, I should add, but in funny and unintentional ways that I sometimes remember to remember.

Handily, in terms of my own story, The *Midnight Organ Fight* is a break-up record and it certainly fulfilled that role for me; a shoulder to cry on, a stiff drink to be shared. But it also isn't that, not really. It's a record about love and lust and sex and drink and weather and people and all of the falling out and falling in and

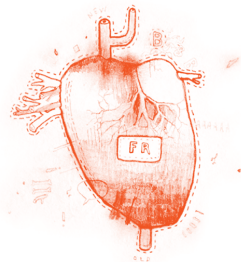
falling,

falling,

falling.

The seemingly endless falling. It might have been spurred by a break-up but its heart lies in the aftermath, the *little things we take* with us as we try and piece the world back together and move on, to remember how simple things work, and how we work, like someone asking us what time it is when all we have is a clock lying in a pile of all its parts.

Now that I've found a newer north, found my way to a country that feels a bit like home, enough for me to believe it anyway, I see and feel how much this land also shaped *Frightened Rabbit's* colossal record. I didn't know it then - though I always assumed - but I do now. It's not just the weather (the endless rain, the *greyness of days* lost to it) but the things that are carried in them; the ghosts of people you find in the drizzle and the rivers, which, in turn, feed the whisky and water that we turn to, or



get lost in, or throw down our necks for comfort, fun, friendship; the same as it ever was.

People up here yearn to get old, old fashioned, just for a night, because those things - the soft static of a radio, a generous shuffle of feet - have a distinct and beautifully sad romance, greater here than anywhere else I've known. And those things become stories, and those stories are told and sung and passed on down, even to pretenders like me, who are able to know without really knowing.

It's not been long enough to be generational quite yet but Scott Hutchison passes down wisdoms too, elsewhere, often, but most notably on Organ Fight. As with most favourite records I've always pitched myself as the protagonist in these songs, putting my own story into the heart of it, rather than as an outsider listening in. But that's just a silly aspect of music and its pulling power, and despite that the songs here are undoubtedly *his* story. Through bloodshot bleary eyes, among the weird and skittering percussion of his brother's rabid and essential background character, he walks us through his world and the gaps between, the parts he's come to understand and those that never really made any sense in the first place. He told us that it takes more than fucking someone to keep warm, and doesn't it just; that the coloured-in parts of a drunken night **are always the best**; that even with the best of intentions you can quite easily end up back in the shit, knee-deep and willing.

Frightened Rabbit might have

meant to make only tiny changes here but, with an arc of a tongue, with the willingness to lay it all out on the line, they made really big ones; songs that so many others, known and unknown, have sung to, have clung to, from open mouths and into the night, spat out at the stars as if the act itself, twisted though it is, might provide vital nourishment amid the sorrow and solitude of love and life and all of its fuckery.

My own story, which has kind of gotten away from me at this point, has moved on to happier places, and then sad places, and then happy ones again, and then...well, I'm sure you understand; such is the way.

But, where most things from a decade ago have faded, like favourite t-shirts, like memories diluted by new ones, *The Midnight Organ Fight* remains strong and true, finding new ways to journey through my veins, new ways of warming from somewhere deep down inside, something both familiar and familial in the way you yearn for its presence both in the rough and smooth, alongside old folks and new ones.

There's a somewhat ageless quality to it, in fact. And while it's primed for nostalgia, while it thrives under that umbrella, it doesn't rely on it, and that's not why it still matters now. It matters so, so much because of the unmentionable, the implacable, the fogginess that hangs around each one of us, little cloaks of cloud we only talk of in secret, formed from debts and doubts and the destruction of things and also all the good bits, the special moments that fill

us up once more, that keep us going; the marvellous messiness of what it means to be alive, to succeed and fail, for wanted things that can't always be found, let alone kept hold of.

*

An aside. I grew up with hay fever, a shitty allergy that ruined days and days of my best teenage summer years, the prime of my life lost to streaming eyes, a streaming nose, and sucker-punch headaches that felt like the world was ending. And then one year it changed. The eyes and nose suddenly clear, the summer days alive again. I was a free man. I had won, I said, as I teased my sinuses. And then another summer came and the skin on my hands started peeling; small, loose bits of skin that could be picked off and thrown away, painless and intriguingly ugly. Nothing stopped it. Not leaving it alone, not pulling it all off whenever I saw a new patch, not expensive moisturiser, not cheap moisturiser. Then the doctor told me it was probably my hay fever, returning in a different form. That cursed thing back again, in a new, and admittedly fascinating, way. So now, each summer, like a snake with added limbs, I shed my skin slowly and methodically. I pick at the most prominent bits with interest and obsession and I throw them into the street, to be washed down the drains when the rains return (as if they ever leave). Due to the somewhat sacrificial nature of this reaction, it's hard not to think about the steady passing of time,

of what it means to tick off the years as they come and go. I look out for that first peel of skin like you look for Autumn in the turning of the leaves, for Spring in the first flower.

What I mean to say is that while we may not gain anything by thinking of our time here in such a linear way, the world has a funny way of making it impossible not to.

And so it's been ten years since that funny little song, its proverbial Leper and all, came and breathed life into my lungs. A full decade since it helped me find enough energy to take a leap of faith. Most of the time its age means nothing at all. Most of the time I pay it no more attention that the lines on my (unpeeled) skin, or the people that have come and gone again; human-beings as marker-points, once sharply focused and now blurred in the ether, waiting to be recalled when the occasion fits.

Every now and again, though, it means something; it *really* means something. An arbitrary date it might be, but ten years allows it a more defined celebration than most, whether that be via the telling of a story or a little moment to yourself, when it all falls into place. Anniversaries are often a way of remembering to remember once more, to think not just about the breadth of time that has passed since, but also the significance of its arrival; what it means to have once been somewhere and to now be somewhere else; to recall the choices you made and to look how far they go; to remember that even when those things are gone, something carries on.

And we carry on.

A Summer's Listening

A selection of our favourite music from the past few months

CORNELIA MURR
Lake/Sea of the Clouds
Autumn Love Records

The use of the word "dreamy" to describe Murr's music is a bit of a cliché, but she's certainly earned it. Her music is a beautiful blend of ethereal, dreamy pop and indie folk. Her album 'Lake/Sea of the Clouds' is a masterpiece of atmospheric soundscapes, with Murr's haunting vocals weaving through layers of reverb and delay. It's a collection of songs that feel like they were written in a dream, capturing a sense of longing and melancholy that is both beautiful and heartbreaking.

YOURS ARE THE ONLY EARS
Knox/Heart
Team Love Records

The notion that we're all just a product of our parents is pushed to the fore with YOURS ARE THE ONLY EARS. Susannah Rowe's music is a beautiful blend of indie folk and dream pop. Her album 'Yours Are the Only Ears' is a collection of songs that feel like they were written in a dream, capturing a sense of longing and melancholy that is both beautiful and heartbreaking.

DAMIEN JURADO
The Horizon Just Laughed
Seventy Canadian

On the sprawling six minutes of "The Last Great Wandering Star" - the stunning centerpiece to his latest (and perhaps greatest) full-length - Damien Jurado borrows a phrase that first appeared on his 2012 *Manosopa LP* - "To all of the generations that lead to more generations." It's a pertinent and poignant statement, especially for a 37-year-old man who has spent his life chasing his dream. His music is a beautiful blend of indie folk and dream pop, capturing a sense of longing and melancholy that is both beautiful and heartbreaking.

GULFER
Dog Bless
Topshelf Records / Big Scary Monsters

A soaring, entrancing highlight of our SXSXW adventures earlier this year, Gulfer made good on those raving promises with his debut album, *Dog Bless*. It's a collection of songs that feel like they were written in a dream, capturing a sense of longing and melancholy that is both beautiful and heartbreaking.

Listen to a playlist featuring a song from each of these albums at our Spotify profile: [goldfrappaint](#)

SMALL MAIL
Lush
Mandelor Records

Perhaps the most impressive thing about Small Mail's debut record is that it's a collection of songs that feel like they were written in a dream, capturing a sense of longing and melancholy that is both beautiful and heartbreaking.

WILD PINK
Yolk In The Fur
Tray Bygones

"When our time's up, we'll carry on like smoke after the fire's gone," Wild Pink sings on the opening track of their new record, those sentiments acting as an immediate metaphor of the brooding tenderness that veins their music. It's a beautiful blend of indie folk and dream pop, capturing a sense of longing and melancholy that is both beautiful and heartbreaking.

MANY VOICES SPEAK
The Mission
Strangers Comedy

"I believe I'm driven by a desire to create music that is both beautiful and heartbreaking. My album 'Many Voices Speak' is a collection of songs that feel like they were written in a dream, capturing a sense of longing and melancholy that is both beautiful and heartbreaking.

MISSION
Sun On The Square
Baldwin Records / Bala Union

We had the pleasure of fronting the first song from The Innocence Mission's new album back in late spring and even with the time that has passed, it still gently stands as the year's most beautiful musical journey. Opening track, "Sun On The Square," is a beautiful blend of indie folk and dream pop, capturing a sense of longing and melancholy that is both beautiful and heartbreaking.

OVLOV
Tim
Exploiting Its Sound

Tim O'vlov's first new release since his debut album, *Tim*, is a collection of songs that feel like they were written in a dream, capturing a sense of longing and melancholy that is both beautiful and heartbreaking.

KISSISSIPPI
Sunset Blues
Alcove's Records

It's been more than four years since Kississippi's debut album, *Sunset Blues*, was released. Their new album, *Sunset Blues*, is a collection of songs that feel like they were written in a dream, capturing a sense of longing and melancholy that is both beautiful and heartbreaking.

DRAGON INN 3
Double Live
American Landmark Records

Dragon Inn 3 are something of a cult act, but their new album, *Dragon Inn 3*, is a collection of songs that feel like they were written in a dream, capturing a sense of longing and melancholy that is both beautiful and heartbreaking.

GIA MARGARET
There's Always A Glimmer
Orinda Records

When we talk about records we love, we tend to focus on lyrics and melodies that make a connection. The epitome of Gia Margaret's latest record is found elsewhere, however. *There's Always A Glimmer* is a collection of songs that feel like they were written in a dream, capturing a sense of longing and melancholy that is both beautiful and heartbreaking.

what he was working through during the process of this record, there are aspects that feel as though Houck is untangling himself from his previous restraints - letting a giant exhale leave his body after

he can't get a little grouchy if he dwells on that for too long, it's as though Houck has not just accepted this level of success but, with the arrival of his children, his perspective on what it means to be

every day? "The short answer would be no, I don't feel that. Which is a bummer," he says.

"But that's a combination of things I think. To some degree, you get enough from behind-the-curtain and also just the making of music. You get into the craft of it and to be honest, it's hard to listen to music just for enjoyment at this point. I'm always thinking about the technical aspects of it, or the writing aspects of it, or the sound - just immediately going into the mode of almost critiquing it. I'm unable to just accept it and love it so that's a trade-off of when you go into something you love - you're going to destroy it a little bit for yourself."

Thankfully, there are endless glimmers of love for his craft that filter throughout 'C'est La Vie', making the exhaustive recording process and the personal, existential investigations all worth it. "The day that I finished it, I hadn't slept in a few days and I was feeling a little out of my mind leaving the mastering studio," Houck remembers.

"Then I listened to it and, for this split second, it was something else I had nothing to do with, and I just really loved it. It felt like a bright light after being in a dark cave for a while."



It's Houck's ability to balance those dark moments with the flickers of fluorescent light that makes his work as Phosphorescent so imperative. On 'C'est La Vie', he creates a canvas in which our flaws are expressed with sensitivity, sparking philosophical debate that questions whether our individual anxieties are as significant as we perceive them to be. It offers a gradual path for transformation, with plenty of stops along the way in case we'd rather rest and watch the world go by. With Matthew Houck, there's no certainty or final destination. That's what makes him so exciting.

"songs and music and poetry... there was nothing more important to me and there was nothing I found more beautiful"

years of holding his breath and waiting for something to happen. He notes that 'C'est La Vie' was written with a kind of unabashed freedom that allowed for a more intuitive approach, shunning tedious revisions and instead, letting things flow a little more naturally. The bare bones of album ballad "These Rocks" for example, was recorded live, marking the first time the band ever heard it. "I think the way we did that track captured something that really expands across the whole record," Houck says.

"This was the first time that I was really aware that people would hear it, like knowing whatever I made was going to be heard. I don't know that I was ever really in that position before. I definitely was aware of it and for better or worse, I don't know if it helped or hindered the process. I'm more aware of my abilities and I think I know what I'm doing. I used to have less doubt before because it was just for me so it didn't have that next wave of knowing that people would hear it."

"It feels sometimes alien to turn on popular radio especially after having just, on any given day, spent 15 hours or something working on Phosphorescent stuff. I'll often just think 'Wow, what the fuck I'm doing?'"

"That can be a definite cripper to your confidence." Arguably, success came pretty late for the songwriter and while he says that

successful in the first place doesn't seem so essential.

"I was always so focused on becoming the artist that I wanted to become and [having children] was the first thing that I had in my life that could compete with that. It was the first time that I wasn't always just working on this one thing. Music and myself isn't my entire world any more which I think was a substantial realization," he says.

This shift in perspective understandably raises questions about the importance of making art and the reasons behind it but like most existential deliberations, Houck says it's often too much of an easy thought-loop to fall into. "I didn't come from a background that inherently said that art is valuable or worthwhile. I don't know how to quantify it in any way that has any weight. I just know that, growing up, songs and music and poetry... there was nothing more important to me and there was nothing I found more beautiful," he explains.

"So I think you just have to trust in that; that you're entering into that as a maker of it. Just blindly do it and not really think about what the point of it is or what the end game is because I truly don't know the answer to that."

Continuing to create in an often-unforgiving industry for two decades, does Houck still hold this teenage-like passion for music and poetry? One which consumes us, becomes our identity and cements itself as a crucial part of our

upon returning to Chicago after graduating, she continued to find ways to both inspire and work to better the black community, joining her mother and brother at events for BVP100. You won't find many rapidly rising artists with a LinkedIn page listing their position in a nonprofit—but there's Vietes-VanLeer's profile, touting her role as executive assistant at the organization.

Tasha's musical pallet expanded rapidly alongside her socio-political experience. "Growing up, we listened to a lot of musicals. We had this VHS of Cats that my younger brother and I were obsessed with," she recalls with a smile. Her next obsession was pop music, cherishing CDs from the likes of Nelly Furtado and Michelle Branch. "I was a huge Avril Lavigne fan. There was a birthday where I asked everybody for Let Go and I got three copies," she proudly adds. In high school she transitioned to indie rock and learned guitar from her mom, and then added in rap and hip-hop in college.

Upon returning home after college, she became more interested in the bubbling Chicago music scene. It became less and less about identifying with genre and more about the entrenched community and artists with powerful messages. "It's really easy to say, 'I'm a hip hop fan' or 'I'm an indie fan.' When I got back in Chicago, I just wanted to listen to everybody making music here because it's endless and it's all amazing," Tasha says. "It took me a long time to realize I could listen to whatever I wanted—which had a lot to do with how I started making music too."

It was around that time that Tasha began

to write her own music. She'd been a finalist at Louder Than a Bomb multiple years, and had gotten other acclaim for her poetry, but putting that into song form was a new outlet by which to express her worldview. The main difference, she notes, was that while she had written slam poetry for a live audience, she started out writing and playing music for herself. "Songwriting ended up being an internal turn for me. I focused on what I needed to say to myself," she says. "I started writing in October, recorded in January, and then (debut EP *Divine Level*) was out in March. It was just easy and fun being in a community of so many people making music who were so supportive."

A big part of what Vietes-VanLeer needed to say to herself, it turns out, was reassuring herself that growing up amidst the chaos of the modern world was complicated and difficult—but that she needed to do so her own way. That's a poignant realization, and one she explores throughout *How to Last*. The record's songs were written over the past two years, and find Tasha coming to know herself on her own terms. Through alternately ripping, sighing, and soaring guitar and transcendent vocals, Tasha faces each feeling as it rises, a sort of wide-eyed and warm mysticism. Her imagery bubbles up to the surface from a magma core of love and compassion, cooking into a serene - yet no less passionate - expression. "The biggest part is learning how to take care of myself because you can't really learn that from anybody else," she smiles. "I just spent a lot of time by myself, a lot of alone time, and created a message that I felt like I needed to hear."

Where some artists seem to carry the content of their songs as extensions of themselves - in the cracks of their skin, the husk of their voice - in person, there's a breeziness to Sam Beam's character which belies, somewhat, the sadness of his Iron & Wine persona, almost like one is a distant, complex relative of the other, as if there's a battle between himself that comes out in song. "It's hard. Your day to day life is always going to inform your creative life," he states. "But at the same time I feel like I can't seem to engage with either fully. That sense of balance is something that has always escaped me. I often feel like there's all these things I need to take care of in my day-to-day life but I'm lost in thinking about the guitar. Or I feel like there's so much more I could commit, energy-wise, to

quick to herald *Beast Epic* as a 'return' to those early years, there's certainly a measured vision, a sense of calm, that is far more akin to that found in the first decade of Beam's work. If it's not a musical reinvention, however, then maybe *Beast Epic* is just the sound of someone growing and finding some sense of settlement in the world. "I feel more comfortable with some things," he confirms. "I definitely felt like I had something to prove when I started. I don't really feel like I have something to prove now, but I also feel like there's a lot more left to discover - and that's just fun, that's exciting. I think I just feel restless. I want excited anticipation, no matter what, with everything. I'm never going to stay in the same place but I also feel a lot more secure. I tried a bunch of different things and I still have an audience. They're not completely the same audience," he says, with a laugh, "but at



creative pursuits, if I didn't have to do all this other stuff, I always seem to be frustrated in trying to find a balance."

"I used to be really disciplined about setting aside time in the morning to do things, and yet I still always wanted more time," he continues. "I feel like I'm just restless, and I'm getting accustomed to maybe always getting frustrated along those lines. But then I think about times when I thought I was frustrated. I actually got a lot of work done, and my personal life was great. I think we're all just so fickle, our perceptions of ourselves are a joke."

Perhaps it's that thought which has led Beam to study himself - *ourselves* - via characters and fictional situations, rather than the absolute truth that some writers tend to stick close to. Either way, and wherever your allegiance with his varying styles lies, it's been some journey. And while he himself might be

the same time I still have an audience. I can still play concerts and make records. There was a long time where I was convinced that that would all disappear one day."

With a simple pluck of the fingers, a gentle roll of the tongue and voice, Iron & Wine's back catalogue is a panoply of quiet magic, musical moments that can carry us outside of ourselves, for a few minutes, for even longer. *Beast Epic* might be a new thing in its own right, but from the playfulness of *About A Brain*, to the measured stillness of *Summer Clouds*, it carries the same considered balance of those earlier recordings that first endeared him to so many; songs that carry an ageless quality, free of time and place. "They're just melodies," he says, as

plainly as might be expected. "And the melodies don't have anything to do with production style, which is the thing that can quickly date things. They're just melodies you can sing in your head; you can put it on a guitar; you can put a sequencer or some shit on it; you could use a harmonium; you could support it with any instrument you want, hopefully, and it wouldn't change the melody or the weight of its sense; the tone of it. That's what I like in a song - that's what I react to in other people's music."

As an audience, watching from afar as we harem, it's not difficult to dissociate ourselves from all the finer details of our favourite songs, to add them to the soundtracks of our lives; shiny trinkets thrown-in to a treasure-trove of the past. The truth for the writer is, of course, much different, each new song a reflection of a thought; a *beast grappled* with until it becomes a shape you suddenly decide to share with the world. "I've kind been wrestling with the idea a lot lately," he says, pausing for thought. "I like to laugh and joke with my friends a lot, but I don't ever find a place in my songs for that side of myself. For some reason I feel like songs are a sacred space to say what you don't normally have a chance to say - which I don't think should be true, but for some reason, that's what I use them for."

"The earlier records were about dealing with getting older," he continues,

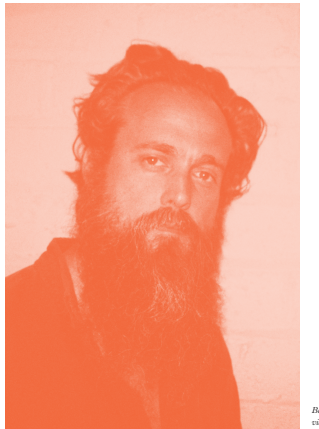
touching upon a recurring theme in his work from day one. "They were about becoming a man in a world I didn't understand. And I guess the new record is along those same lines; it's the same narrative style, it's just that I've done a lot more in my life now. I've had more blessings and failures to reflect upon and, through that, you start to see that the horizon line looks very similar - and that you have to learn to deal with that. When I was younger I thought you reached some crest on the hill and then life would all make sense; that you'd know where to go from there. But you don't - you're always just walking up. I guess that gives you a lot of things to write songs about."

Nothing lasts forever, as is so often said, but with a couple of decades worth of climbing hills and documenting his journey already behind him, Beam remains fully-invested - and interested - in the idea of songwriting, of exploring the far-reaches of it and those hurdles he sees along the way. "I can't say I'll last forever but right now I'm really happy doing this," he reflects. "I don't think life ever stops giving you things to write about - especially if you're open to trying new things with the same material. I've been thinking about it a lot lately, actually: why I never get tired of looking at all of Monet's paintings of ponds, and Cezanne's oranges, and Picasso's...various girlfriends. And it's because we don't change that much as people. We go through a lot of experiences but what we react to,

on a core level, tends to stay the same. So as long as those things don't stop speaking to me, I'm ok to be talking about them from different angles and directions." He pauses a little, seemingly digging into the roots of what he just said, before continuing: "It doesn't seem like life is ever going to stop hitting you any harder, especially if you're a little fragile."

Through fragility and laughter, the monkey and a man, Sam Beam continues to walk towards the crest of his own hill, finding a swagger where he can, leaping into rivers, colourful and unknown, which skirt along the edges of his path. Some have chosen to no longer follow that journey, but so many others waited for him to return because, one assumes, of the sincerity that always sits in the deepest well of his endeavours, the place where we strive to find some light. For all of its brightness, *Beast Epic* isn't, it turns out, proof that Sam Beam can still do things in the good of way; it's just another step along the road, a mark of his existence that he'll continue to leave, lying upon the hillsides; song by song,

step by step.



Beast Epic is out now, via Sub Pop Records

HULLO GOOD READERS OF GOLDFLAKEPAINT.

THIS IS A PAID ADVERTISEMENT FROM LOST MAP. WE ARE A DIY RECORD LABEL / GROUP OF PALS. THAT RELEASE MUSIC AND PUT ON LIVE EVENTS. WE ARE BASED ON THE ISLE OF EGG - A SMALL HEBRIDIAN ISLAND, LOCATED JUST OFF THE WEST COAST OF SCOTLAND. IT'S A REAL PLACE. HONEST.

GOLDFLAKEPAINT HAVE BEEN REALLY SUPPORTIVE OF OUR ENDEAVOURS OVER THE YEARS, CHAMPIONING A BUNCH OF ARTISTS FROM OUR ROSTER ON THEIR WEBSITE WITH A SLEW OF FLATTERING ADJECTIVES - ROZI PLAIN ("DISTINCTLY MAGICAL"), TUFF LOVE ("BRILLIANTLY INFECTIOUS"), SAVAGE MANHORN ("DEVILISHLY EXCITABLE"), MONOGHORN ("BEAUTIFULLY SINGULAR"), EP DOWIE ("TEARFULLY CAPTIVATING"), KID CANNIBAL ("CUTELLY MONSTERFUL") AND PICTISH TRAIL ("OCEAN WISE"). WE'RE BLUSHING, FOLKS. THANK YOU, GFP.

TOM GFP HAS BEEN OVER TO EGG A FEW TIMES, TOO, AS A GUEST DJ - SPINNING THE GREATEST HITS OF JANET JACKSON AT OUR HOWLIN FLING! WEEKENDER. SUCH GREAT MEMORIES.


ANYWAY, AYE, WE DONT REALLY DO ADVERTS ALL THAT OFTEN. BUT THIS BEING THE FIRST ISSUE OF GFP'S MAGAZINE SEEMED LIKE TOO GOOD AN OPPORTUNITY TO MISS. WELL DOE YOU, BY THE WAY, FOR WANTING TO GET A COPY OF THE MAG - WE HEAR THEY SOLD OUT PRETTY QUICK. OOH. AS A REWARD, IF YOU PURCHASE ANY CD, LP OR TAPE FROM OUR WEBSITE (LOSTMAP.COM), AND ENTER THE CODE **GOLDFLAKEPAINT** AT THE CHECK-OUT, YOU WILL RECEIVE A 10% DISCOUNT.

WHILE YOU'RE HERE, WE ALSO WANT TO LET YOU KNOW ABOUT A NEW RESIDENCY PROGRAMME THAT WE'VE RECENTLY STARTED, CALLED **VISITATIONS**, IN WHICH WE INVITE MUSICIANS TO RECORD WITHIN THE CONFINES OF A COSY CABIN ON THE ISLE OF EGG. RECORDING EQUIPMENT, INSTRUMENTS AND EVEN SOME LIGHT SNACKS ARE PROVIDED, AND WE JUST LEAVE THEM TO IT FOR A WEEK. THEIR MUSICAL CREATIONS ARE SUBSEQUENTLY RELEASED ACROSS A SERIES OF EPs AS PART OF A SUBSCRIPTION SET. THERE ARE TWO SUBSCRIPTION PACKAGES TO CHOOSE FROM, PHYSICAL AND DIGITAL. THE PHYSICAL SUBSCRIPTION CONSISTS OF THE EPs PRESSED UP ON INDIVIDUAL SLABS OF 12" VINYL, ALONGSIDE A CD COPY, LOTS OF NICE ARTWORK, WITH EACH PACKAGE DELIVERED TO YOUR DOOR AS-AND-WHEN THEY ARE RELEASED. THE DIGITAL SUBSCRIPTION IS BASICALLY ALL THAT SAME STUFF BUT AS A DOWNLOAD CODE.

OUR FIRST SERIES OF **VISITATIONS** CONSISTS OF THREE DIFFERENT ACTS, AND THE FIRST TWO HAVE ALREADY BEEN UNVEILED. THERE'S BEEN AN EXPERIMENTAL AMBIENT ODYSSEY BY MALMO'S MONOGHORN AND A SPACED-OUT ALIEN ABDUCTION FROM GLASGOW'S FREE LOVE. THE THIRD ACT WILL BE REVEALED IN NOVEMBER. THERE'S EVEN AN ACCOMPANYING PODCAST, IN WHICH WE INTERVIEW THE ARTISTS DURING THEIR STAY, AS WELL AS AFTERWARDS - TALKING ABOUT THEIR EXPERIENCE, AND THEIR CREATIVE APPROACH, AS WELL AS SOME GENERAL DAFT CHAT. YOU CAN FIND IT BY SEARCHING 'LOST MAP PODCAST' IN YOUR PODCAST APP.

OKAY, OKAY, WE KNOW THAT'S A LOT OF INFORMATION TO TAKE IN. SOOOO IT'S MAYBE BEST IF YOU JUST READ ABOUT IT. HERE: LOSTMAP.COM/VISITATIONS

RIGHT, THAT'S ALL FROM US JUST NOW. ENJOY THE REST OF YOUR MAG.

LOTS OF LOVE,

 LOST MAP XX

An open letter to: GoldFlakePaint

TAMBOURHINOCEROS
A Copenhagen-based record label

Shout-outs for creating this fine new magazine. It's a bold and admirable move to put your writings about music into a physical format for music lovers to immerse themselves in.

Over the years we've been fortunate enough to read your thoughts on our releases with artists like Cancer, Chorus Grant, EXEC, IRAH, Palace Winter, Rangelklods and The New Spring.

Our next record is from Pardans. Their album *Spit and Image* hits the streets in October. Like Tambourhinoceros-alumni Iceage, Pardans emerge from Copenhagen's Mayhem collective. However Pardans adds a new and jazzy sound to the beloved scene by making music that shares a mentality with the 70s 'No Wave' scene; experimental, unconventional and utterly unique. And they'll be touring both EU & UK this fall. Keep an eye out for Pardans.


Visit tambourhinoceros.net to grab a copy of *Spit and Image* or any other item from our catalog. Enter GFPmag for 20% off.

Under The Radar

A guide to some of our favourite music from the past few months that we think deserves a little more of the spotlight.

words by **Trevor Elkin** & **Tom Johnson**


Listen to a playlist featuring a song from each of these albums at our Spotify profile: [goldflakepaint](#)



PRESSURE
Suzie

Forged Artifacts


Where the former Night Moves multi-instrumentalist Mark Ritsersma's first album as Suzie, *Born Single*, skulked alone in the crepuscular fringes of a neon dance floor, *Pressure* is a bold, maximalist follow-up made for centre stage. In Suzie's coming-of-age world, summer nights never end and chasing true love is an unwinnable but enjoyable game. Graham Barton's nostalgic, 80s pop production only adds to the crushing weight of expectation and perfection, like the ferocious 'Analyse Me' and 'Pressure'. The uplifting glam-slam of 'Sandy' and 'The Dream' work the glitter ball hard, while on closer 'Downtown' Ritsersma teases "Maybe I'm just messing around", bringing his brief-but-intense love affair of an album to a yearning, inconclusive end. Magical. ☺



TOWN & COUNTRY
Bent Denim

Self-released

"Time is such a character in this record, as are physical and geographical locations," Denis Sager told GFP earlier this year. It's a rather plain statement but it's a sentiment that comes alive after investing some time in the duo's wonderful new album. Finding pieces of magic in the melancholy, *Town & Country* plays out like some slow and sad American road movie, journeying through the crumbling decay of both the town and country, the weight of change and the impact of time upon it, as much of a character as the main protagonist; sad, broken, but beautiful all the same. A quiet reflection upon the many ways we find to fuck things up and the close-to-home forces that find a way of pulling us through. A very special record indeed. ☺



DEVOTION
Laura Jean

Chapter Music

Gently free-falling through waves of adolescent memories and mixed emotions, *Devotion* is a semi-autobiographical nostalgic daydream on the lonely reality of growing up on the Australian coast. While that theme may not be new, Laura Jean gives it new life by filling her songs with stories of vivid and reliable characters about whom we are made to care. Stand out songs, 'Girls On The TV', 'Touchstone' and 'You Make Me Feel' reflect the warm glow of analogue synths and 90s top 40's production styling, while in their shadow there is an unshakable feeling that the end of innocence is near. ☺



VIDEO AGE

Pop Therapy

Inflated Records | Citrus City

If you're not quite ready to fully embrace the autumn months, and all they bring, then find a space amid the turning of the leaves for Pop Therapy's exquisite *Video Age* LP. Full of gleaming, sparkling synth lines - which carry their own kind of seasonal poignancy - and wonderfully smooth vocal arrangements, *Video Age* is exactly that: a soul-stirring example of music ability to lighten the load. Sometimes wistful, always decadent, the Louisiana duo offer up a plethora of colourful songs that could shine a little light on even the darkest of moods. As fresh and as clean as it gets. ☐



FOREVER EVER

Sales

Self-released

There's a lot to be said for remaining truly DIY in this day-and-age. Floridian duo SALES are testament to the fact that you can still absolutely get shit done while doing things your own way: handling their own press and management duties while (still) creating some of the smoothest jams this side of, well, their glowing previous work. Quite how SALES continue to craft such effortless pieces of magic from the same set of tools is beyond us, but *Forever Ever* is every bit as glittering and gleaming as we've come to expect, marrying decadent guitar lines with sumptuous cool vocals in a way that is, already, absolutely a definitive sound of their own. So good, at this point, that SALES are not simply impressive but, rather, an inspiration. ☐

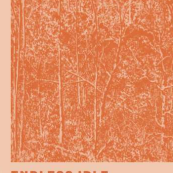


CAPTAIN

by Fog Lake

Stack Your Router

"Wave goodbye to the dreams you never had," Fog Lake's Aaron Powell sings on the opening line of his latest quiet-estimation (an album which, by our count, is his fifth in as many years), and it's a lyric which neatly ribbon-bows his entire aesthetic. Sad, sombre, eerie shapes in the dark of the night, Powell has shaped a sound of his own which is both tender and crushing, weaving quiet introspection into songs that ache with the same sense of loss we feel by a dream departed. Captain is, perhaps, his most adventurous set of compositions yet, reminiscent of Elliott Smith's Figure 8 in the way it underlines the pertinent sense of unease with colourful piano rumps that feel dizzyingly off-kilter. A strange album, Captain is beautiful in the fleeting moments it finds space to breathe, but often warped in its claustrophobic surrounds. It's always, always, so very special though, in whichever form you find it. ☐



ENDLESS IDLE RUE DEFENSE

Dead Painters

Rue Defense

"Here's to feeling good all the time". Brooklyn's Dead Painters peddle an honest kind of nostalgia on their second album *Endless Idle*, one that looks back longingly to a simpler era, when our lives were no less troubled, but those problems were surmountable. Rich, vivid lyrics spin tales inspired by the enigma of everyday life, against gritty, lived-in garage rock guitar. Japheth Menner's voice is detached and slightly out of step, the perfect vehicle for these stories, with shades of Stupe's melancholy and Malemas' attention to the absurd. With songs like 'Fool On Fire', inspired by Hal Hartley's anti-hero in *Henry Fool*, 'We Turned Out' and 'New Years Day', *Endless Idle* plays out like 90's indie film soundtracks in places where the characters are boxed in, disconnected with themselves and constantly moving between what they "should be" and what they think they "are", yet never fully identifying with either. ☐

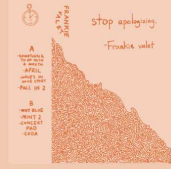


TAPE

Crisman

Self-released

Featuring the aforementioned Dead Sullivan on drums, piano, and percussion, Crisman's latest collection presents a beautifully evocative mood throughout its eight tender songs. Reminiscent of Florio's natural hues (not just in the voice but in overall tone), this is the kind of soft gem that has made Handcamp the most important piece in this generation's musical puzzle. From the slightly skewed ambience of opening track 'Surprise' to the more full-blooded sway of its 'Slower' centrepiece, *Tape* is a hidden and unburied gem in the current DIY scene. ☐



STOP APOLOGIZING

Frankie valet

It Takes Time Records

Delivered with a note that says this is Frankie valet's "first full band release" seems to imply that it was also, once, a solo project - but it's hard to picture such a heady rush of wide-eyed wonderment coming from just one body, just one set of limbs. *Stop apologizing*'s eight tracks are a tangled web of sounds and sentiments, instruments rush in, then collide and collapse. The vocals drift and fade, and then burst into life. There's agitation; there's joyous unraveling; there's quiet contemplation. There's also the feeling that it might all collapse at any given second - which always makes for the most thrilling of listens. *Stop apologizing* never quite seems to know where it's going or what it's trying to do; that it still feels so heart-racingly special is testament to the absorbing, wholesome quality buried in its core. ☐



LIFE AS A BALLER COMPS

Flesh & Bone Records

Comps is the project of former Bobbi Palace singer/guitarist Geoffrey C Webb and, compared with the skewed emo pandemonium of his former band's aesthetic, *Life As A Baller* is a friendlier and diverse clutch of tracks you might even label pop music. The hooks on openers 'The New Edition' and 'Out Of Bounds' are curious and instantly gripping with uplifting bursts of jangly guitar, yet infused with a mathy, emo edge. Next, the driving escapism of 'Satan' skitters along in a radioactive fog, barely obscuring Webb's confessional lyrics. While Webb bears his soul throughout *Life As A Baller* and reflects on failures, there's a thread of cynical humour that quickly closes up any open wounds. ☐



MEGADEATH

Benjamin Shaw

Audio Anathema | Khrigtrius Recordings

It's almost five years since the weird, heart-melting crackle of Shaw's last album *Goodbye, Kigodis World* slipped tentatively from the shadows into the glowing praise of music journals. Then... nothing. *Megadeth* more than makes up for the long silence, full of delicious contradictions, glitchy experimentation and found sounds. Similar to Katie Dey's *Flood Nitro*, the album's strongest moments are both unexpected and easy to miss first time round. While Shaw's renowned self-sabotaging and miserabilist outlook remains at the core of *Megadeth*, something has subtly changed. Or maybe the world has changed? In our digital lives we are now so enveloped by negativity and fake honesty that Shaw's crumbling vulnerability struggles to be heard. His answer is to create his own reality on *Megadeth*, an entry point into his waking dreams and darkest psychic corners, before closer, 'Hole' sees Shaw emerge, vaguely optimistic, from this parallel world. Leaving behind his thoughts, buried and forgotten, there's still a limbering yearning in the melody that hints at unfinished business. We hope so, if that means another album as beautifully mislabeled as this. ☐



THE ESSENTIAL JOHN MOODS

John Moods

Mansions & Millions

Based upon the album title, and the sumptuous music housed within, you could be forgiven for thinking that *The Essential John Moods* is indeed the greatest hit collection of some long-lost cult figure from the seventies, but this is, in fact, nothing of the sort. Which is to say that it's very much new, recorded in the summer of 2017 by Jonathan Jarzyna of indie-pop band Fenster. There's still plenty of magic to be discovered here, however, most notably because of the story behind these songs. Jarzyna writing them as he hiked along the Iberian coast with a small guitar on his back and a copy of Garageband on his phone. Despite those somewhat rudimentary tools, the resulting album is an effervescent and sparkling collection of hazy dream-folk-pop goodness that will light a spark under even the hardest of souls. A decadent and beautiful collection, as essential as it assured us it would be. ☐



MIGHT AS WELL WITH MY SOUL

Little Kid

Self-released

Across the handful of records they've already released, Canada's Little Kid have already proved they know their way around a song. Whether crafting gorgeously fragile folk songs, such as those found on 2011's *Logic Songs*, or offering something more nuanced and daunting, they've curated a back-catalogue fully worthy of both inspection and introspection. Such adventurousness is fully let loose on their splendid new album, with half of the tracks here playing with the five-minute marker. It's 'Two Invitations' which immediately leaps out of the ether, however, a sprawling, aching beauty which leaps between harmonically-led alt-country, heavy-hearted vocals, and even finds the time for a spirited honky-tonk, piano-fired rock and roll excursion. The burning epitome of a best-kept secret, Little Kid continue to pass many by like strangers in the night - don't be one to make the same mistake. ☐

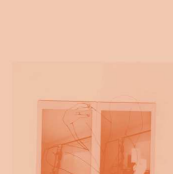


FALSE BAPTISM

Floating Room

Good Cheer Records

It takes less than thirty seconds for Floating Room to fully hook you into their brilliant second record; the complex, idiosyncratic web they spin immediately grabbing whatever falls close enough to it. Debut record *Sunless* hinted at the depth of their songwriting, but *False Baptism* takes it all at least one step further, concocting dark-magic throughout its eight tracks; the same kind of conury that spills brazenly out of Maya Stoner's most-erking of voices. A woody display of dream-pop that often reaches far more cacophonous heights than that genre-term implies, this is a wholesome and thrilling channelling of energy; a storm by nature if not by name. ☐



NIGHTTOWN

Why Bonnie

Sports Day Records

Why Bonnie might well be a bright new name upon the Austin, Texas, scene but there's a rich heritage of classic jangle-pop at the core of their endeavours that makes for something altogether more venerable, their sparkling songcraft often harking back to the C86 glory days while still managing to forge a path very much of their own making. Latest EP *Nighttown* - their second of 2018 - is a condensed minor-masterpiece, the one-two punch of opening gems 'Gold Rush' and 'Hollow Moon' leading an exultant rush, which is then softened by the change of pace that comes from the EP's moody centrepieces. Signaling a shift in the tone, both 'Stere' and the subsequent 'Club Mix' of the aforementioned *Gold Rush*, cut the collection with an alluring dream-pop sheen that prickles the skin; short, sharp, and completely brilliant. Roll on the debut album; sooner rather than later, we hope. ☐



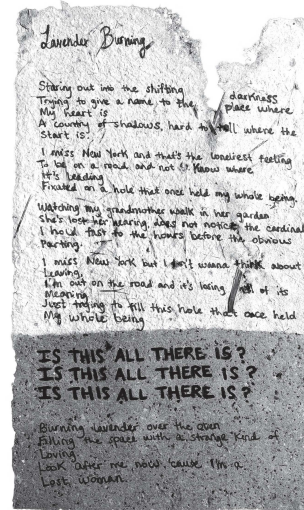
Handwritten lyrics to our favourite songs

001: HALF WAIF - LAVENDER BURNING

Introduction by *Nandi Rose Plunkett*

I sat in the back of the yellow van, staring out the window into some unnamable darkness – France, or perhaps we'd crossed the border into Belgium. We could have been on a bridge or in a forest or passing fields of vibrant wildflowers, but the night washed it all out into an equal and unbiased black. My face hung like a sallow sun, reflected in the window. I had just moved out of my home in Brooklyn, quit my day job and somersaulted into a life of full-time touring. I was living my dream, and I was

totally freaked out. The only way to ground myself was to write: if I had chosen to tear down the walls around me, then at least I could find shelter in the architecture of a song. "Lavender Burning" began as a poem there in the back seat, a way to organize the darkness in and around me. I'm happy to share it now in its original poem form on paper that I handmade from recycled materials, old beet rinds, and grass from my backyard.



words by
Nandi Rose Plunkett

photograph by
Phillip J Randall / @whiteleatherpalms

94

*Lavender is out now,
via Casette*

95

Find us at...

Bella Union Vinyl Shop Brighton, UK

Resident Brighton, UK

Specialist Subject Bristol, UK

Friendly Records Bristol, UK

Here Gallery Bristol, UK

Monorail Glasgow, Scotland

The Glad Cafe Glasgow, Scotland

East Coffee Glasgow, Scotland

Rough Trade London, Nottingham, Bristol, UK

Drift Totnes, UK

'Hey! Cafe New Orleans, LA, USA

Team Love Records New Paltz, NY, USA

Rozz Tox Rock Island, IL, USA

Topshelf Records Online, USA

Stocking enquiries:
tom@goldflakepaint.co.uk

COMMUNITY RECORDS // 2018 RELEASES

new orleans, louisiana DIY record label started 2008 w/ over 95 releases of indie, pop, punk, etc.

WE ARE THRILLED TO BE A PART OF GOLD FLAKE PAINT'S FIRST PRINT ISSUE!

THOU - INCONSOLABLE

A collaborative companion EP to 2018's full-length *Magus* - offering eight *Thou* compositions expressing the band's ongoing confrontation with the grotesqueness and power of modern civilization with a unique focus on melodic vocal and string performances by the band and guests. Inconsolable stands apart from any other *Thou* release as the first they would call "acoustic" for a radical instrumental stride away from the heavy, electric instrumentation.

featured in NPR, NOISEY, Stereogum
catalog number 089 - white, pink, black vinyl lp available



NOVA ONE - SECRET PRINCESS

A record that "explores youth, femininity, and gender, through a moody 60's pop lens" playing all the instruments on show, including drums for the first time, the *Nova One* makes an immediate impact. Baskin's voice is mood-soaked and maulin as ever before as it rolls gently over the plain-stated but perfectly placed instrumentation that certainly crafts the aforementioned moody atmosphere.

FFO: beach house, mazy star, always
catalog number 085 - white or pink vinyl lp, cassette, available



**KELLEN
LOWERCASE GOD**
5 tracks of beautifully orchestrated dreamy
melodic rock that feels like flowing water
from songwriter Claire Puckett of HIKES
white vinyl LP available



**WINDED
SCHWARTZ GOES TO HEAVEN**
7 tracks of honest and fuzzy dream pop
FFO: jay som, palahound, hazel english
FIRST PRESSING 150 copies
clear cassette available



**COMMUNITY RECORDS
COMPILATION VOL. 6**
23 tracks of indie, pop, punk,
math rock, and more
a collection of our artists
& friends of the label
FREE DOWNLOAD
FREE CD w/ ALL MAILORDER



OTHER 2018 RELEASES: DONOVAN WOLFINGTON, MEANGIRLS, NEW AIR, SHARKS' TEETH

MORE INFO / FREE DOWNLOADS / STREAMING
MAILORDER VINYL / CASSETTES / BAND MERCH
communityrecords.org
shop.communityrecords.org
communityrecords.bandcamp.com

follow us / more info:
IG & FB: @communityrecords
TW: @community_recs

96

*I steal a few breaths from the world for a minute
And then I'll be nothing forever
And all of my memories
And all of the things I have seen will be gone
With my eyes, with my body, with me*

Mitski

£8/€10/\$12



goldflakepaint.co.uk



Annexe 2 : Propositions de traduction

a) Billet de blog « *A Goodbye From Us / A New Chapter* »

Chers amis et abonnés de GoldFlakePaint,

J'ai (Tom) lancé ce site internet il y a huit ans, le 14 mai 2010, avec l'aide de quelques amis, un simple clic d'un bouton, et aucune idée de ce que je faisais. Je n'avais jamais rien écrit, rien du tout, quelques mois auparavant. Je ne travaillais pas dans l'industrie et je ne connaissais personne qui y travaillait. La ville où je vivais à l'époque n'avait pas de salle de concert, et n'en a toujours pas. Je n'avais pas de grandes idées du tout, mais j'avais besoin de changement dans ma vie et cela me semblait être une façon de canaliser ma passion musicale vers quelque chose de productif et de tangible. Et maintenant, nous y voilà.

Je n'arrive pas à croire, assis là en écrivant ces lignes que cela fait huit ans, tout ce temps semble être passé en un clin d'œil, un bourdonnement d'arrière-plan omniprésent alors que tant d'autres choses (les gens, les lieux, les amours, les leçons) sont arrivées et reparties à la dérive. Et puis, tout à coup, je me rappelle où je suis maintenant et où j'étais à l'époque, et, en vérité, j'ai l'impression que j'ai vécu toute une vie et même plus.

Étant donné que je ne savais pas ce que je faisais à l'époque, j'ai pris la simple décision de travailler aussi dur que possible sur tous les aspects de cette drôle de chose jusqu'à ce que je me sente à l'aise pour ne pas décevoir les autres. Malgré tout le vertige de voir les gens réagir, le plus souvent positivement, à quelque chose que nous avons construit à partir de zéro, j'ai lentement et assurément appris à écrire d'une manière qui me semblait vraie et naturelle et, parfois - honnêtement - jubilatoire. Jubilatoire d'une manière que je n'aurais jamais imaginé pouvoir construire pour moi-même ; un engouement que ces mêmes chansons et albums m'ont fait ressentir ; le pouvoir de la création et de la liberté créative, de la communauté et du soutien. Je ne sais pas comment j'ai pu m'en passer et la vérité, c'est que je n'ai pas pu, pas vraiment.

Et donc, en sautant quelques épisodes, je suis aussi ici pour vous dire qu'aujourd'hui est le dernier jour de GoldFlakePaint comme un blog musical quotidien. Qu'est-ce que ça veut dire ? Pour l'instant, je n'en suis pas si sûr. Certaines choses vont rester et d'autres vont changer. J'en suis arrivé à quelques conclusions, qui se rapportent l'une à l'autre, mais qui existent aussi pour elles-mêmes. Tout d'abord, que ce site à lui seul ne fournira jamais un revenu à temps plein, et huit ans, c'est long pour faire quelque chose comme ça. Cela peut sembler assez évident pour la plupart d'entre vous, mais avec l'aide inestimable et décisive de Sammy, nous essayons d'en arriver là depuis quelques années, mais pour y arriver, il faut une attention de de tous les instants pour laquelle j'ai simplement perdu l'énergie. Deuxièmement, bien qu'étroitement lié à ce dernier point, j'ai appris que le fonctionnement quotidien du site - l'organisation du contenu, la liaison avec les groupes, les labels et les chargés des relations presse, les relances sans fin, le monde étrange et périlleux des médias sociaux - n'est plus favorable à ma santé et à mon bonheur. Cela rend les grandes décisions comme celle-ci assez simple en fait.

Ainsi, à partir d'aujourd'hui, GFP n'est plus A Music Blog, mais nous continuons absolument d'exister quoi qu'il en soit. L'idée, pour le moment, est d'arrêter les critiques courtes de titres/avant-premières et les critiques d'album classiques, mais de continuer de porter notre attention rédactionnelle aux longs formats uniquement (longs entretiens et essais), et de conserver nos divers mix (*Sunday Slowdown*, récapitulatif mensuel des nouvelles sorties) car on aime toujours autant cette facette des choses. Nous avons une poignée d'auteurs qui continuent de produire un travail dont nous savons qu'il est à la fois puissamment important et qui mérite d'avoir sa place à une table de plus en plus étroite, et nous tenons à le souligner plus que jamais. L'autre idée est de mettre de côté une partie de ce travail écrit et de le publier ensuite sous forme de recueil physique d'essais, publié deux ou trois fois par an. Un magazine qu'on puisse toucher et sentir, la seule chose que nous avons toujours eu envie de faire.

Ce n'est donc pas la fin - pas du tout - c'est juste un petit réarrangement des choses qui signifie que vous ne nous verrez peut-être pas ici aussi souvent qu'en ce moment. Mais c'est un grand changement, et nous sommes incroyablement enthousiasmés par l'idée d'avoir plus d'air frais, pour commencer, mais aussi par l'idée de produire quelque chose de tangible et de plus réfléchi - et j'espère que vous nous rejoindrez dans cette nouvelle aventure. J'ai (Tom) récemment commencé à écrire un livre (sur la musique, bien sûr) et je suis aussi sur le point de finir un livre de portraits photographiques (de musiciens, bien sûr), alors s'il vous plaît gardez l'œil ouvert pour plus d'informations sur ces deux choses, si elles vous semblent intéressantes.

Enfin, et surtout, MERCI ! À VOUS !

Merci aux auteurs qui ont consacré leur temps et leur énergie à nous faire avancer. Merci aux artistes, et aux équipes derrière eux, qui ont suffisamment cru en ce site pour nous permettre de partager leur travail avec le monde entier. Nous n'avons jamais tenu ce privilège pour acquis. Qu'il s'agisse de dévoiler quelque chose de tout à fait nouveau ou de dépoussiérer quelque chose d'ancien, nous avons été profondément honorés du début à la fin. Merci à ceux qui nous ont ouvert les portes en cours de route, ce qui nous a permis d'accéder à des lieux que nous ne nous attendions pas à visiter. Merci, avec la plus grande sincérité qu'on puisse trouver sur une page web, à tous ceux qui ont pris le temps de lire quelque chose que nous avons écrit, d'écouter quelque chose que nous avons recommandé, d'acheter quelque chose que nous avons recommandé, de partager quelque chose que nous avons pris le temps de créer, de partager notre travail avec nous ou de proposer notre travail à un ami en cours de route. J'ai sauté dans cette vie de blogueur parce que j'étais quelqu'un qui était profondément, profondément ému par les chansons, et l'impact qu'elles peuvent avoir sur un jour, un moment, une vie, et j'ai pris du recul par rapport ce flot global, encore plus fort dans cette conviction. Ce qui est à peu près tout ce que j'aurais pu espérer.

Ce n'est pas la fin, donc je ne vous dirai pas adieu, mais essayez de vous souvenir de nous de temps en temps, et nous vous reverrons dans les parages, nouveaux mais anciens, les yeux écarquillés toujours d'émerveillement.

Soyez indulgent avec vous-même et avec les autres, aussi souvent que vous le pouvez.

Meilleurs vœux à vous tous,

Tom, Sammy, et tous les autres chez GoldFlakePaint

Annexe 2 : Propositions de traduction

b) Introduction du premier numéro du magazine Gold Flake Paint

Bonjour.

Huit ans, c'est long.

C'est long quelque soit ce que l'on fait. C'est certainement un long moment passé sur Internet à partager de la musique dans les contrées sauvages électroniques. C'est ce pour quoi GoldFlakePaint a existé ; de mai 2010 à mai 2018. Nous ne pourrions être plus fiers de ce que nous avons réalisé en tant que ~ blog musical ~ dans ce drôle de monde dont nous ne nous sommes jamais vraiment sentis partie intégrante. Mais

Les choses

changent,

parfois par choix, parfois par dessein.

Alors, salut, bonjour, bienvenue dans un nouveau chapitre de GoldFlakePaint.

C'est ainsi que nous existons maintenant ; dans le monde réel, entre vos mains et dans vos foyers.

Nous voulons que ce journal soit un lieu de réconfort, un endroit où l'on peut se détourner de la précipitation de la journée, un coin tranquille où l'on peut s'étreindre, un endroit où l'on peut non seulement découvrir de nouvelles musiques, mais où l'on peut lire à propos de musique qui nous plaît déjà. L'ancien et le nouveau ; le grand et le petit, tous sur un pied d'égalité, comme il se doit. Mais prenez-en - et faites-en ce que vous voulez. Comme je l'ai dit, il vous appartient, et nous sommes très reconnaissants et très touchés que vous ayez pris le temps de vous intéresser à notre nouveau voyage.

Alors, sur cette note, bienvenue !

1 0 0 pages, de la première à la dernière de couverture; des longs formats, des entretiens, des essais, de la photographie, et quelques publicités qui nous ont permis de faire cela. Un grand merci à Mitski d'avoir honoré notre toute première couverture, et à son équipe pour toute l'aide qu'ils nous ont apportée pour y arriver. Nous n'aurions voulu personne d'autre. Merci à tous les artistes présentés ici, pour leur temps, leur grâce et leur talent.

Merci à la petite équipe qui m'a suivi dans cette nouvelle aventure, pour tout le soutien et le merveilleux (dur) travail, et surtout à Tom Rogers pour ses talents de concepteur et sa patience lorsqu'il assemblait tout cela alors que je l'ai réduit maintes fois en morceaux.

Commencer quelque chose, il y a si longtemps - par manque d'autre chose à faire, par besoin de créer quelque chose - et maintenant être ici, est plus qu'un rêve devenu réalité. C'est, eh bien, tout.

J'espère sincèrement que vous apprécierez le Music Journal de GoldFlakePaint.

Nous y mettons tout notre cœur et toute notre âme.

Le deuxième numéro sera disponible en pré-commande au moment où vous lirez ces lignes.

Si vous connaissez quelqu'un qui aimerait se joindre à nous dans ce voyage, n'hésitez pas à le lui faire savoir.

Nous voulons grandir et réussir,
nous voulons produire plus de pages,
de meilleures pages,

et faire de petits changements là où nous le pouvons.

Nous espérons vous revoir bientôt.

Tom Johnson

Fondateur, GoldFlakePaint

Annexe 3 : Documents de travail préparatoire

a) Analyse exploratoire de la page d'accueil du blog

Jusqu'au mois de mai 2018 environ, Gold Flake Paint se définissait dans sa biographie Twitter comme « *a curious music blog* ». Après une rapide archéologie du site goldflakepaint.co.uk grâce à Wayback Machine, j'ai pu observer les changements formels opérés par le blog pour se stabiliser en sa forme actuelle depuis 2014. D'abord un blog personnel, Gold Flake Paint est devenu au cours du temps un blog ressemblant de plus en plus à un site d'information conventionnel. Les attributs différenciant des blogs et des sites internet s'effaçant peu à peu pour arriver à une forme hybride aux particularités propres, comme un tout composite et difficile à définir selon des critères spécifiques.

Un blog se caractérise par une pratique de publication personnelle périodique sur un sujet donné (en l'occurrence la musique). Au départ proche de la forme du journal intime, le blog se présente généralement comme une succession de billets dans l'ordre antéchronologique que l'internaute peut faire défiler en *scrollant* indéfiniment ou en explorant des onglets d'archives plus ou moins structurés (généralement en fonction de la temporalité annuelle). D'autres caractéristiques attribuées aux blogs sont : une hybridation des formats rédactionnels auxquels sont incorporés des images, des vidéos, des lecteurs musicaux ; des liens hypertextes internes qui renvoient à d'autres billets ou articles publiés sur le site ; un espace dédié aux commentaires qui incitent les lecteurs à contribuer à l'animation et au contenu dudit blog dans une démarche participative voire collaborative.

Dans un premier temps d'analyse de la page d'accueil de Gold Flake Paint, j'ai d'abord noté l'absence de certains éléments qu'on a l'habitude de trouver sur des sites internet tels qu'une barre de recherche, un menu déroulant, la datation des publications, un onglet « à propos » de présentation du blog et/ou de sa ligne éditoriale, de publicité. La démarche de publication semble donc assez amateur dans la mesure où ne sont pas prises en compte la temporalité, la recherche de contenu particulier ou la monétisation de l'espace ; elle se rapproche en cela plus du journal intime que l'on suivrait au jour le jour que d'une plateforme de contenu d'information ou de relais d'opinion.

On retrouve néanmoins certains éléments qui renvoient le site à sa nature de blog comme de nombreux liens internes, des espaces de commentaires, un bouton « *more* » pour faire défiler les liens vers les articles qui apparaissent par bloc de huit encadrés composés d'une image et d'un titre cliquables, ainsi que quatre catégories d'archive accessibles par des liens hypertextes en supérieur droit.

La dimension sociale du blog se retrouve également dans les liens externes vers les réseaux sociaux (like sur Facebook et suivre sur Twitter) ainsi que les autres plateformes agrégées au site internet comme Bandcamp ou Spotify (dont le lien ne fonctionne pas d'ailleurs). L'adresse url fait apparaître le nom complet du blog mais pas de trace de son hébergeur comme cela peut parfois être le cas avec blogspot ou skyblog. Toutefois le code de domaine national « .co.uk » inscrit géographiquement le blog au Royaume Uni.

Désormais dans l'onglet du navigateur, Gold Flake Paint s'affiche comme « *A Music Journal* », le format blog tendrait dès lors davantage vers un site internet dédié au magazine dont le premier numéro est sorti en octobre 2018. La page d'accueil se compose de cinq blocs (un header, un carrousel, une colonne à gauche, le corps du blog en centre droit et un footer) et se présente comme suit, le cadre rouge symbolisant la vue de l'écran d'ordinateur :

HEADER

CARROUSEL
Liens internes

COLONNE

Liens
externes

CORPS DU BLOG

Liens vers les pages articles

FOOTER

1) HEADER

Le header ou entête, qui reste fixe quand on scroll, se compose du logo placé à gauche et des quatre catégories d'archive (*albums, songs, conversations, features*) à droite. Pas de trace de menu déroulant ou de barre de recherche. Le logo se présente comme un rectangle composé de quatre carrés comprenant de droite à gauche un symbole et les initiales du nom du blog. Il se condense en carré composé de la même manière lorsque l'on fait défiler vers le bas et sert de lien de renvoi vers la page d'accueil sur toutes les pages du site.

Parmi les catégories d'archives identifiables par le terme figurant dans chacun de leurs onglets sur le navigateur, on retrouve :

- « **Albums** » qui renvoie à une page dont l'url fait apparaître le terme « *reviews* » faisant référence à la chronique, à la critique musicale des sorties d'albums. On y trouve toutefois aussi bien des billets sur le magazine papier, des contenus éditoriaux (« *editors choice* »), des playlists que des formats rédactionnels longs (« *long-read* » ; « *feature : a conversation with* » ; « *track by track* »).
- « **Songs** » regroupe sous l'url « *listen-2* », qui trahit en quelque sorte un changement de forme, des billets sur le magazine papier, des interviews, des billets d'écoute (« *stream* »), des mix, des tops, des nouveautés et des premières.
- « **Conversations** » qui renvoie sans utiliser le terme à des interviews. Ce choix sémantique traduit la volonté de proximité du blog avec son interlocuteur et ses lecteurs. On n'est pas simplement témoin d'un entretien mais participant à une conversation d'une certaine manière. Là encore, la catégorie rassemble des éléments assez différents qui sont qualifiés par des termes divers : « *an interview with* », « *long-read* », « *feature* », « *In depth* », « *interview* », « *Q&A* ». Tous ces termes renvoient à une interaction orale ou un travail de fond, ou les deux et inscrivent la démarche rédactionnelle dans une volonté qualitative.
- « **Features** » mène à l'url « *gfp-features* » inscrivant son contenu comme une particularité du blog évoqué par ses initiales, des contenus inédits. Le terme anglais renvoie dans le domaine du journalisme à des articles de fond, des reportages, des rubriques ou chroniques récurrentes. D'autres sens s'y mêlent comme la caractéristique, la particularité, l'attraction mais aussi la présentation, la mise en avant. On retrouve dans cette catégorie d'archives les « *Sunday Slowdown* » (mix présenté comme émission de radio publié sur Mixcloud), un reportage sur un festival, des essais photographiques ou d'auteurs invités, des playlists, le top albums 2017 ou encore un long format sur un album de Frightened Rabbits et un hommage à Scott Hutchison. Ce sont des articles que l'on pourrait qualifier de plus personnels, plus subjectifs, plus ancrés dans la démarche du blog.

Ces catégories sont assez peu étanches finalement et ne participent pas à l'établissement d'une grammaire stabilisée ou d'un code de classification strict comme on pourrait s'y attendre (du fait de notre exposition plus ou moins régulière à des sites d'information).

2) CARROUSEL

Le carrousel se compose de quatre encarts dont deux l'illustration change à la manière d'un gif. Ces quatre encarts comportent une sorte de cache en couleur qui s'estompe lorsque l'on passe la souris sur l'illustration. Chaque encadré renvoie à une page interne du blog.

Le carrousel se présente ainsi :



Les liens des encadrés « *subscription* » et « *shop* » renvoient à la même page interne d'annonce de la parution du deuxième numéro du magazine comprenant des liens externes vers la plateforme d'achat Bandcamp et

des images de la couverture et de l'artiste figurant sur la couverture du journal. Les liens des encadrés « *editors choice* » renvoient à une page interne correspondant à la catégorie « *features* ». Sur cette page apparaît un texte qui rappelle la sortie du premier numéro du magazine et signale la présence du contenu dans le journal papier. On retrouve des liens externes vers le site marchand et vers la plateforme de streaming de la playlist, ainsi que de nombreux lecteurs intégrés issus de Bandcamp ou Youtube en majorité.

Le carrousel est présent, comme le header mais pas fixe lors du défilement, sur les autres pages du blog comme pour signifier que les articles présentés dans ces quatre encarts sont les plus importants, les plus pertinents, ceux que les lecteurs sont les plus intensément invités à consulter. Toutefois, en parcourant les archives, on se rend compte que le carrousel n'apparaît pas sur les pages relativement anciennes. Cela pourrait notamment être dû au changement de forme ou de format après la décision de passer du blog au papier et de mettre le magazine en avant en priorité. On voit poindre ici la question économique de la rentabilité avec la mention « en vente maintenant » et les renvois vers le site de précommande du magazine.

3) COLONNE

La colonne située à gauche de la page d'accueil défile en même temps que le corps du blog et finit par disparaître si l'on scrolle au-delà des quatre premiers encadrés. Elle est constituée de cinq rectangles qui comprennent du texte (deux mots maximum) et un pictogramme. Ces éléments mènent à des liens externes et conduisent l'internaute vers (de haut en bas) : la page Bandcamp du label de cassettes lié au blog (inactif depuis 2015), la playlist Spotify de recommandation du blog (le lien ne fonctionne pas), la page Youtube des sessions live / acoustiques filmées par Gold Flake Paint (inactive depuis 5 ans à l'exception de trois titres postés il y a 11 mois), un bouton « j'aime » qui permet de suivre le blog sur Facebook sans quitter la page, un bouton « follow » sur Twitter qui ouvre une nouvelle page vers le profil de Gold Flake Paint sur le réseau social à l'oiseau.

Cette colonne montre comment le blog est protéiforme en dehors du simple site internet. Il existe sur d'autres plateformes et se multiplie sous diverses formes. Le fait qu'il y ait encore des liens en page d'accueil vers des profils inactifs montre également les différentes tentatives, semble-t-il abandonnées au fur et à mesure, d'hybridation des formats par le blog. Cela souligne aussi le caractère amateur du média qui ne se soucie pas de laisser des liens morts ou inactifs car il ne s'inscrit pas dans une démarche de performance ou d'efficacité.

4) CORPS DU BLOG

Le corps du blog se compose d'un bloc de huit encadrés divisés en deux colonnes et sont constitués d'une image d'illustration et d'un titre, tous deux cliquables. Les liens mènent à des pages internes du blog où se situent les articles ou billets de contenu. Visualisé sur un écran d'ordinateur, les encadrés n'apparaissent que par deux et demi. Cela invite l'internaute à faire défiler la page vers le bas pour consulter les encadrés précédents. Les articles sont présentés en ordre antéchronologique, autrement dit du plus récent au plus ancien. Au bas du bloc de huit encadrés se situe un bouton « *more* » qui permet de charger à la suite un nouveau bloc de huit encadrés correspondant à des articles plus anciens. L'action peut être répétée indéfiniment pour naviguer dans le contenu du blog. Ce processus se retrouve également dans les pages de présentation des archives sous la même forme. Ce corps du blog constitue la partie centrale de la page d'accueil mais n'arrive qu'en quatrième position de lecture et ne se dévoile que si l'on fait défiler la page d'accueil (cf. cadre rouge dans le premier schéma).

On note dans le corps de la page les caractéristiques du blog avec le défilement à l'infini mais aussi l'éditorialisation du contenu avec les illustrations et les titres. Toutefois, cette mise en page ne correspond pas exactement au rubriquage qu'on peut retrouver sur les sites d'information. On note également l'absence de chapeau ou d'introduction sous le titre, ou d'un quelconque principe de une. Les articles ne sont pas hiérarchisés mais placés à égalité selon la temporalité de leur publication. Les titres se détachent du fond beige de la page d'accueil car ils sont placés dans un encadré blanc qui les singularise.

5) FOOTER

Placé sous le bouton « *more* », le pied de page comporte trois parties distinctes : à gauche, le terme « *newsletter* » au-dessus d'un champ où l'on est invité à saisir son adresse email sous lequel apparaît un bouton « *submit* » ; à gauche, trois icônes qui renvoient à des modes d'interaction avec le blog qui prennent les formes du pictogramme Twitter qui mène au profil du blog sur ladite plateforme, du pictogramme Facebook qui a la même fonction que le précédent et d'un pictogramme d'une enveloppe qui mène à un « mail to » afin que les internautes puissent envoyer un email à l'adresse de contact du blog ; enfin sous la bannière de pied de page, à gauche, se décline le crédit au designer du site avec un lien menant vers son site internet propre accentué par la mise en gras de son nom. On retrouve également dans le crédit la localisation du designer

(Bristol) qui livre ainsi un nouvel indice géographique. Ces éléments mettent en avant la dimension sociale, interactive et multiplateforme du blog.

SUR MOBILE

Comme les sites internet et blogs se consultent de plus en plus sur mobile, j'ai également jeté un œil à la page d'accueil de Gold Flake Paint sur smartphone et quelques différences ressortent. Le header subsiste avec le logo changeant mais les catégories laissent place cette fois à un menu déroulant où elles sont présentées dans l'ordre inverse. Comme sur le site en desktop, le header reste fixe lors du défilement. Du carrousel on ne retrouve que l'encart de gauche avec le visuel mouvant et le cache de couleur. Puis apparaissent les encarts des articles non plus divisés en deux colonnes mais défilant un par un. Après le huitième, on retrouve le bouton « *more* » pour charger à nouveau huit nouveaux encadrés. Sous le bouton arrivent ensuite les huit rectangles de liens externes vers les plateformes sociales (Bandcamp, Spotify, Youtube, Facebook et Twitter). Enfin le footer se recompose avec le champ pour l'adresse email et le bouton « *submit* » sur la même ligne, et les pictogrammes des réseaux sociaux en dessous et à nouveau le crédit du designer.

Globalement, la forme graphique est assez fluide et en rondeur avec des couleurs assez douces, voire pastel qui créent une « ambiance » presque chaleureuse qui détonne vis-à-vis des fonds blancs ou des « modes nuit » utilisés par d'autres sites et plateformes. L'énonciation et la proposition éditoriale n'est pas visible et reconnaissable de façon évidente hormis dans les titres qui restent relativement succincts et destinés à des internautes ayant déjà certaines clefs de lecture. L'agencement des différents blocs sémiotiques encourage l'internaute à faire défiler et à cliquer sur les différents boutons qu'il rencontre. Loin de la saturation de l'espace visuel qu'on pourrait trouver dans un dispositif d'hyper-information sur certains sites internet conventionnels. Le lecteur qui arrive sur la page d'accueil du blog n'est pas vraiment guidé ou son usage particulièrement prescrit. Les destinataires seraient ainsi des internautes avertis qui sauraient à quoi s'attendre en arrivant sur cette page d'accueil tant par rapport au contenu qu'à la ligne éditoriale puisqu'on ne leur offre pas pléthore d'information.

La page d'accueil de Gold Flake Paint témoigne ainsi à la fois du caractère de *blog* du site web mais aussi des changements formels et d'usage que le passage au papier a provoqués. On y trouve des traces d'une publication bien plus amatrice que professionnelle, on voit néanmoins apparaître certains traits de professionnalisation comme l'évocation de la question économique et la référence au « journal » qui s'apparente au domaine professionnel de la presse écrite. De cette page d'accueil se dégage également les premiers signes reconnaissables d'une identité du média au travers du logo et des illustrations, du choix des formes et des couleurs, de la création d'une ambiance qui fleure bon l'indé.

Annexe 3 : Documents de travail préparatoire

b) Analyse exploratoire du billet de blog « *A Goodbye From Us / A New Chapter* »

A Goodbye From Us / A New Chapter (dernière consultation le 13/11/2019)

<https://www.goldflakepaint.co.uk/a-goodbye-from-us-a-new-chapter/>

J'ai choisi ce billet pour mes premières analyses, non pas car il est représentatif du contenu de Gold Flake Paint mais parce qu'il est annonciateur de la bascule du numérique vers l'impression, du passage du blog au magazine. Le titre est annonciateur d'un double mouvement : la fin du blog qui est personnifié par le pronom « nous » et la mise en parallèle d'un nouveau départ qui est désigné par le terme « chapitre », renvoyant directement à l'imaginaire du livre, de l'imprimé. Bien que ce soit une expression courante, la coïncidence vaut d'être soulignée.

Avant de plonger dans l'analyse du corps du texte et du contenu rédactionnel en soi, je voulais d'abord décortiquer les éléments formels de mise en page numérique. Comme mentionné dans l'analyse de la *homepage*, sur les pages d'article apparaissent le header qui reste fixe pendant la lecture, le carrousel et la colonne à gauche qui renvoient respectivement vers des liens internes et externes, ainsi que le footer. En plus de ce cadre formel, la page web s'organise avec une image d'illustration, presque à la manière d'une une, d'un corps de texte mais aussi d'une section dédiée aux commentaires. L'illustration donne à voir un paysage tronqué orné simplement du nom « Gold Flake Paint » sans plus de qualification. Elle ouvre ainsi un nouvel horizon et attise l'attente du lecteur par rapport au titre. L'image est très probablement une production de Tom, fondateur du blog. Il est intéressant de noter en passant que la plupart des images utilisées sur le site internet ou dans le magazine sont du matériel photographique inédit, créé pour Gold Flake Paint ; ce qui vaut d'être noté car c'est rarement le cas dans les médias musicaux qui souvent utilisent les photos de promotion fournies par les labels et les responsables des relations presse.

Le texte s'organise sous forme d'une lettre ouverte qui s'ouvre et se ferme sur des formules de politesse, et signée par l'équipe du blog, révélant ainsi son caractère collaboratif. Après le corps du texte, on note la présence de boutons de partage sur les réseaux sociaux qui sont discrètement animés lorsque l'on passe la souris dessus, créant un stimulus visuel et donc un « call to action » subtil. Le nombre de partages sur Facebook et d'ailleurs chiffré montrant la portée de l'audience, de la communauté active rassemblée autour du blog. On trouve également un bouton de partage pour Twitter et, étonnamment, pour Pinterest qui est plutôt un réseau de partage d'images.

Se dévoile ensuite la section de commentaires où s'affichent le nombre d'interactions (8 en l'occurrence, ce qui est relativement faible mais dont le contenu est intéressant). Comme le montrent les diverses occurrences du logo « *Disqus* », il s'agit d'un plug-in de publication et de modération de commentaires ajoutés au dispositif du blog. On y voit apparaître le profil de Gold Flake Paint, un bouton de connexion (login) qui affiche un menu déroulant avec différentes options de connexion via Disqus, Facebook, Twitter ou Google. Cela renforce le caractère social et interactionnel du blog. Un avatar neutre (si nous ne sommes pas connectés) et un champ de saisie « join the discussion » (rejoindre la conversation) invite le lecteur à laisser un commentaire sur le contenu qu'il vient de consulter en se connectant via des boutons-icônes ou en inscrivant son nom. Il y a également une icône en forme de point d'interrogation pour obtenir de l'aide.

Les commentaires peuvent être recommandés en cliquant sur une icône en forme de cœur, partagés sur Twitter ou Facebook, triés selon trois critères : leur pertinence (selon la recommandation), leur ancienneté ou leur nouveauté. Ils se présentent sous forme de huit encarts composés d'une photo ou d'un avatar, du nom de l'internaute-commentateur, d'une marque de la temporalité (les commentaires datant de 9 à 4 mois). Les internautes peuvent aussi voter pour faire « monter » ou « descendre » les commentaires, y répondre, les partager, les masquer au moyen d'un signe moins (-) ou encore les signaler, participant ainsi à la modération de la discussion.

Les huit commentaires présents à la suite de ce billet sont des interactions positives qui se déclinent comme des adresses directes au rédacteur, des remerciements, des marques d'appréciation sous forme de cœur, des souhaits et compliments. Ils sont plus ou moins anonymes et on peut noter la présence d'un commentaire de Kevin Duquette, responsable A&R (artistes et répertoire) du label indépendant américain Topshelf Records. C'est une forme de reconnaissance professionnelle d'une activité amateur qui témoigne de l'influence sinon de la qualité des contenus et du blog de manière générale.

Sous les commentaires se déploie une section « *Also on Gold Flake Paint* » qui ne correspond pas exactement aux catégories « vous pourriez aussi aimer... » qu'on retrouve sur d'autres blogs ou sites internet de tous acabit. Cette sélection ne renvoie pas à des articles du blog mais à des commentaires laissés sur le site par des internautes et met en valeur les réactions plus que le contenu qui les a générées. Cette section s'organise en éléments qui se composent du titre des articles, du nombre de commentaires, de marques de temporalité (entre 7 mois et 1 an) et d'un commentaire qui sert d'extrait ou d'exemple. Au pied de cette section se trouvent un pictogramme en forme d'enveloppe pour s'inscrire et recevoir des nouvelles de ce fil de discussion, le logo de Disqus qui invite les internautes à ajouter le plug-in sur leur site, un pictogramme représentant un cadenas qui renvoie aux politiques de confidentialité de Disqus par rapport à la data collectée à propos des internautes qui s'inscrivent ou se connectent via leur service, et enfin un logo Disqus. On retrouve également en bas de bas le footer tel que décrit dans l'analyse de la *homepage*.

Après ce tour d'horizon de la forme de la page web, intéressons-nous au contenu rédactionnel de ce billet. J'utilise le terme billet au détriment de celui d'article car il s'agit d'un *post* plus personnel et non d'une chronique ou d'une interview. Cette lettre ouverte est en effet adressée aux « *friends and followers of GoldFlakePaint* » (amis et abonnés de GoldFlakePaint). Le nom du blog est écrit en un seul bloc comme pour signifier que c'est une entité. Cette typographie renvoie également à l'adresse url qui renvoie à la nature du blog comme site internet. L'utilisation des termes « amis » et « abonnés » impliquent une adresse directe au lecteur « idéal » (André Gide) ou « modèle » (Umberto Eco). Le contenu s'articule ensuite en sept paragraphes d'explications, de *storytelling* qui répondent à l'effet d'attente créé par le titre du billet.

Le premier paragraphe s'ouvre sur l'identification, la personnification de l'auteur du texte au moyen de la tournure « *I (Tom)* ». Avec l'utilisation de la première et l'apparition du prénom de l'auteur entre parenthèses, la tonalité est posée d'emblée comme personnelle et subjective. La locution « *this website* » ne qualifie pas en propre Gold Flake Paint et est suivi d'une datation qui inscrit l'entité dans le temps long et de fait au regard des changements qu'elle a pu connaître au fil de ces huit années d'existence. L'aspect collaboratif du projet est ensuite souligné par l'expression « *help of a couple friends* » (l'aide de quelques amis). Plusieurs locutions comme « *a simple click of a button* », « *no idea at all what I was doing* », « *I'd never written* » ou encore « *didn't work in the industry* » mettent en avant l'amateurisme de la démarche et opère une mise à distance avec la professionnalisation de l'activité de Gold Flake Paint. À cela s'ajoute l'évocation de la situation personnelle de l'auteur avant d'inclure le lecteur dans le *storytelling* avec le passage de la première personne du singulier à la première personne du pluriel : « *And now here we are* ». Le deuxième paragraphe poursuit dans cette lancée en étayant la caractérisation de la subjectivité, de l'émotion, du sentiment au travers notamment du champ lexical de la croyance et de la surprise « *I can't quite believe* ».

Au troisième paragraphe l'auteur opère un retour sur son expérience, ou plutôt sur son inexpérience et mettant l'accent sur son implication et son engagement (« *work as hard as I could* ») sans toutefois définir plus avant la nature de Gold Flake Paint autrement que comme « *this funny thing* » (cette drôle de chose / cette chose amusante). Il s'agit de donner des réponses et du *feedback* au lecteur en s'inscrivant dans une démarche collective (utilisation du « *we* »). Le retour à la première personne souligne l'apprentissage et le développement de compétences liés à Gold Flake Paint. Le ton est à l'emphase avec l'évocation de la passion personnelle pour la musique et sa transmission et transparait dans les adjectifs et adverbes tels que « *real and natural* », « *honestly* » et « *jubilant* ». Ces procédés installent cette lettre ouverte comme un discours d'honnêteté, de vérité et d'authenticité.

La locution d'oralité « *I'm also here to tell you* » replace le discours dans la dynamique d'effet d'annonce et fait monter la dramaturgie pour mettre en exergue le cœur du message : « *today is the last day of GoldFlakePaint as a daily music blog* » (aujourd'hui marque le dernier jour de GoldFlakePaint en tant que blog musical quotidien). C'est en touchant à sa fin que le site se définit comme blog à publication quotidienne, qu'il n'est donc plus. La phrase interrogative qui suit marque l'oralité de l'annonce et des explications sur le ton de l'essai pour montrer la transparence du fil de la pensée (« *Well at the moment I'm not too sure* »). Cette transformation annoncée et commentée soulève dès lors des questions sous-jacentes à l'activité de blogueur de l'auteur :

- La question économique de viabilité du média, de sa valeur et de l'engagement qu'une activité bénévole d'amateur nécessite (« *Sammy's spirited, invaluable help* »)
- Celle des contraintes de la temporalité et de la périodicité de publication à l'heure des médias de flux et des logiques de rapidité et de réactivité à l'actualité (« *a minute-to-minute attention that I've simply lost the energy for* »)
- Celle de la légitimité et de la professionnalisation de l'activité du blogueur qui doit assurer tous les rôles en même temps (rédacteur, éditeur, producteur, etc.) qui se traduit dans la longue énumération « *arranging content, liaising with bands/labels/PR, the endless chase-ups, the weird and rocky world of social media* ».

Ces difficultés sont mises en parallèle avec la situation personnelle du blogueur en regard avec sa santé, son bonheur, sa détermination qui ne sont pas prise en compte ou protégés par un dispositif légal de régulation du temps de travail par exemple.

Le dernier bloc, constitué des trois derniers paragraphes, reprend l'annonce précédente : « *So, from today, GFP is no longer **A Music Blog** but we absolutely live on regardless* ». Il est intéressant ici de remarquer l'utilisation de l'acronyme et du gras italique pour appuyer le changement d'état de Gold Flake Paint. S'ensuivent des explications à propos des changements que cette annonce implique pour les lecteurs sur un ton qui se veut rassurant. Décision est prise de renoncer au temps court, à la réaction à l'actualité, au flux d'informations dont nous sommes irrigués pour se concentrer sur les sujets de fond et les formats inédits, représentatifs de l'identité que s'est construite Gold Flake Paint au cours de ces huit années d'activité. Si l'on reprend le vocabulaire analysé au prisme de la *homepage*, il s'agit donc de se focaliser sur les « *features* » dans une démarche qui tiendrait plus de la *slow-information* qui gagne en popularité dans les médias généralistes d'un nouveau genre comme *Les Jours* ou *le 1*.

Dans ce cinquième paragraphe, on trouve aussi une prise de position saillante qui rappelle les rapports entre la sous-culture (au sens de Dick Hebdige) des fanzines et la presse traditionnelle : « *We have a current clutch of writers that continue to produce work that we know to be both powerfully important and deserved of its place at an ever-shrinking table and we want to highlight that more than ever* ». Il y a en sous-texte un engagement quasi-politique envers les minorités et contre la standardisation des contenus médiatiques actuels. Cette prise de position est également un élément d'introduction du format écrit ou plutôt imprimé qui ne possède, au moment de la rédaction et de la publication de ce billet, une forme imprécise. Cela témoigne néanmoins d'une réelle volonté de passer du numérique à l'imprimé, ce qui est assez étonnant compte tenu de la situation économique de la presse et des contraintes que cela implique.

Les deux derniers paragraphes sont consacrés à la récapitulation du changement de situation sur le ton de l'excitation afin d'inclure le lecteur dans ce « nouveau chapitre » qui commence : « *I hope you join us on this new ride too* ». On notera également le retour de la locution « I (Tom) » après l'utilisation plus extensive du pronom « we » précédemment. L'auteur opère alors une rupture graphique avec l'utilisation d'une police de titre en gras, en majuscules et avec de nombreux points d'exclamation pour remercier les internautes. Vient ensuite une anaphore de « *thank you* » qui va de pair avec l'énumération des différentes parties prenantes auxquelles s'adresse directement le blogueur. Cette application à faire ressentir la gratitude à travers son texte s'inscrit dans un discours de la sincérité qui dévoile également le caractère factice de la prise de parole numérique : « *with the greatest sincerity I can muster on a webpage* ». Il y a une mise à distance et une réflexivité par rapport à ce qu'il désigne lui-même comme « *blog-life* », comme une existence parallèle différenciée de la réalité.

Les dernières phrases sont adressées au lecteur (« *yourself* ») puis à une communauté (« *you all* ») sur un ton de connivence, de proximité, presque d'amitié. De nouveau le rapport d'interaction et le caractère social du blog sont mis en avant. La signature inclut Tom comme auteur identifié dès le début du texte mais aussi Sammy, citée au cours de la lettre, et enfin « *everyone else at GoldFlakePaint* », sous-entendant qu'il y a une équipe de plusieurs personnes collaborant avec les deux blogueurs déjà identifiés. Cela souligne l'aspect de collaboration, de participation mais également d'appartenance à un dispositif de production et de sociabilité avec lequel le lecteur peut s'identifier.

Annexe 3 : Documents de travail préparatoire

c) Analyse exploratoire du premier numéro du magazine

Un magazine est un objet complexe et riche en signes et en sens, il s'agira donc ici de relever des éléments qui m'ont paru étonnants, pertinents ou intéressants plutôt que de vouloir faire une analyse exhaustive de ce premier numéro. Je m'intéresserai particulièrement à la forme et à la mise en page, pour m'intéresser plus avant à l'introduction et aux publicités dans un autre temps et un autre document.

Tout d'abord, le magazine se présente avec une charte graphique assez simple dans la mesure où elle se compose essentiellement d'un code couleur avec une seule dominante (l'orange pour le premier numéro, le bleu pour le deuxième) et des photographies exclusivement en noir et blanc ou se pliant au code couleur comme on le verra ultérieurement. Le magazine est au format A4 avec une reliure collée qui regroupe une centaine de pages (100 en comptant la couverture pour le premier numéro, 124 pour le deuxième).

Concernant le premier numéro, la couverture se compose du logo en entête qui renvoie à la mise en page du blog, d'une photographie en noir et blanc au format portrait entourée par des marges qui laissent voir le fond blanc et tacheté d'orange, et de texte.

Autour de la photographie centrale apparaissent :

- le nom « Gold Flake Paint » dans le coin supérieur gauche en gras avec une touche d'orange pour le mot *Flake* pour installer le code couleur.
- la dénomination « *A Music Journal* » en italique en coin supérieur droit avec un accent coloré mis sur le terme *journal* comme pour appuyer la nature nouvelle de la publication désormais physique.
- en inférieur gauche, on trouve la mention « Issue One Autumn 2018 ». Le gras mais en valeur la nouveauté de ce premier numéro et la couleur vient appuyer la saisonnalité de la sortie du magazine qui s'inscrit dès lors dans une temporalité longue ou lente pourrait-on dire.
- en inférieur droit, se déploie la liste non-exhaustive des artistes présents dans le numéro avec un accent mis par l'utilisation du gras pour Mitski qui apparaît en couverture et une alternance de deux noms écrits en noir pour un écrit en orange.

Sur la tranche colorée, on retrouve le nom Gold Flake Paint en gras suivi de son épithète homérique « *A Music Journal* » et, en pied, un petit symbole puis un numéro à trois chiffres qui indique en l'occurrence « 001 » mais qui traduit l'ambition ou l'espoir d'atteindre un jour le 100^{ème} numéro et enfin le marqueur de saisonnalité, tout cela écrit en blanc sur fond orange. En quatrième de couverture, on trouve comme posé sur le fond clair et tacheté un extrait des paroles du titre « *Me and My Husband* » figurant sur le nouvel album de Mitski et dont il est question dans le magazine. En dessous et en orange figure la signature de l'artiste qui renvoie en miroir ou en négatif à la première de couverture et qui englobe, quasi littéralement, l'objet même.

Enfin en pied de page de la quatrième de couverture on retrouve :

- à gauche, le prix en livre sterling, en euros et en dollars. Le fait qu'apparaisse le prix fait immédiatement émerger la question économique qui était sous-jacente sur le site internet où n'apparaissent aucun chiffre mais des liens vers des plateformes d'achat. Le fait que le prix soit décliné en trois devises souligne la distribution internationale au Royaume-Uni, en Europe et aux États-Unis pour le moins. On reviendra brièvement sur le réseau de distribution du magazine en fin d'analyse.
- au centre, on retrouve le logo en orange et l'adresse url du site internet qui invite les lecteurs à consulter le blog.
- à droite, un logo ou pictogramme qui indique que le magazine est imprimé sur du papier recyclé ou produit dans des conditions respectueuses de l'environnement. La question écologique est un sujet de société incontournable et intéressant à souligner dans la démarche de passer d'un média numérique à un média imprimé.

Voilà donc les quelques éléments qui ont retenu mon attention en observant l'extérieur du magazine. Plutôt que de plonger la tête la première dans son contenu rédactionnel (extrêmement riche à analyser cela dit), j'ai préféré feuilleter le magazine pour en avoir une idée globale avant d'analyser en détails seulement certains morceaux choisis.

Le magazine s'ouvre sur un dessin réalisé par Scott Hutchison, chanteur du groupe écossais Frightened Rabbit, et une dédicace à sa mémoire. Si le magazine s'ouvre sur cet hommage, c'est pour plusieurs raisons : la disparition de Scott Hutchison en mai 2018 a été un choc dans la communauté du rock indépendant britannique et international, il était une figure majeure de la scène écossaise et a mis fin à ses jours après un long combat contre la dépression. Ami proche du musicien, Tom Johnson —le fondateur de Gold Flake Paint— a arrêté l'activité du blog notamment après la disparition de Scott Hutchison. L'événement a été un bouleversement majeur et potentiellement un catalyseur du passage du virtuel à l'impression de Gold Flake

Paint. En faire les toutes premières pages du magazine n'est pas un hasard et s'inscrit profondément dans l'ADN de la publication.

C'est également pour cette raison qu'une page de publicité est offerte à une œuvre de charité dans chaque numéro et que le premier contient une page de publicité pour Music Minds Matter, une association de soutien psychologique pour les musiciens. Au total, 19 pages sont consacrées à la publicité dans ce premier numéro et pour l'essentiel, il s'agit de labels indépendants britanniques ou américains dont certains artistes apparaissent dans les pages du magazine. Les pages de publicités sont toujours positionnées à gauche sauf lorsqu'il s'agit de doubles pages. Les publicités sont toutes en noir et blanc et se confondent parfois avec le contenu rédactionnel du fait de la mise en page quelque peu minimaliste. Il est intéressant de remarquer qu'habituellement dans la presse les publicités sont placées sur les pages de droite. S'entrecroisent ici les raisons économiques et la question de la démarche de l'amateur.

En page 3, sont présentés les crédits avec un retour du logo pour bien asseoir l'identité graphique et placer le magazine dans l'optique du bel objet, d'un objet de belle facture. Sur cette page apparaissent également les noms des collaborateurs et collaboratrices et des remerciements envers diverses parties prenantes et notamment : « *GFP Patreon subscribers, the music blogging community, everyone who bought a tape/t-shirt/compilation, anyone who told a friend* ». Cette énumération met au jour la question économique à nouveau mais aussi les thèmes de la communauté et de l'influence. Le magazine existe grâce aux internautes qui via les réseaux numériques ont aidé, si ce n'est financer complètement le passage au papier. Il y est fait explicitement référence à une communauté de blogueurs musicaux amateurs. Juste en dessous des remerciements, on trouve les liens hypertextes évidemment non cliquables vers les plateformes Bancamp (pour les produits dérivés et l'achat du magazine) et Patreon (pour s'abonner et/ou soutenir le projet tous les mois). On trouve également les adresses e-mail de contact pour la publicité et la distribution ainsi que pour les questions générales. Le caractère social et interactionnel du blog est en partie réactivé ici par les remerciements et les moyens de contacter la rédaction en l'absence de sections dédiées aux commentaires.

Viennent ensuite une page d'introduction qui fera l'objet d'une analyse plus poussée ainsi qu'une table des matières. Toutes ces pages structurantes du magazine, et plus généralement toutes les pages à l'exception de la publicité, comportent des entêtes qui définissent, ou plutôt qualifient le type de contenu de la page. On note par exemple « *credits* », « *introduction* », « *contents* » mais on retrouve aussi des catégories similaires à celles du blog comme « *essay* », « *in-depth* », « *feature* » ou encore « *interview* ». Dans l'entête en page de gauche on retrouve régulièrement le nom de la publication « *gold flake paint* » en minuscules comme tous les mots présents dans ces entêtes. Le pied de page en inférieur droite se voit doter quasi systématiquement de la numérotation des pages.

La table des matières est divisée en 5 groupes de trois éléments qui renvoient au contenu réactionnel désigné par le nom de l'artiste dont il est question ou d'un titre générique. Dans chacun de ces groupes, l'un des intitulés est mis en avant par une mise en gras. « *Mitski* » est le seul élément à être en orange et se situe précisément au centre de la page et de la mise en page. Cette position s'explique par le fait que cela renvoie au contenu correspondant la couverture du magazine, qui est donc quasi littéralement au cœur de l'objet.

Le premier article, presque un édit, est consacré à Scott Hutchison et à nouveau illustré par ses propres dessins et par son écriture manuscrite. On observe la présence d'une partie des éléments conventionnels tels que titre, sous-titre, texte justifié en un bloc central qui laisse beaucoup de blanc, beaucoup d'espaces de respiration sur la page. Certaines phrases sont centrées et mises en valeur par des anaphores. Ce premier tronçon d'écriture n'est pas soumis au code couleur qu'on trouve dans les pages suivantes. On retrouve également les « *words by* » et « *illustrations by* » ou « *photography by* » tout au long de la lecture du magazine dans une forme similaire à celle présente dans les articles du blog, sur le site internet.

Dans le premier essai dédié aux 10 ans de l'album « *The Midnight Organ* » de Frightened Rabbit (page 13), on trouve des illustrations et un fac-similé d'un manuscrit de paroles, ce qui tient plus du genre de contenu que l'on trouverait dans un zine que dans un magazine musical conventionnel. Le code couleur s'applique ici avec des mots imprimés en orange. Le texte s'organise en trois colonnes justifiées avec des choix de mise en page pour mimer le sens du texte notamment avec l'utilisation du terme « *falling* » qui tombe à trois reprises et oriente le texte vers un retrait à droite ; pour finalement se clore avec la phrase « *And we carry on* » comme une conclusion en dehors du cadre textuel. On note aussi une référence au label et une invitation au lecteur d'écouter / d'acheter l'album en question. Il y a également une mention « *first published* » qui renvoie au blog avec l'adresse du site internet et la date de publication originelle. La mise en page est à la fois formelle et libre.

Dans les articles qui suivent, on remarque la présence un peu plus conventionnelle d'un titre et d'un chapeau accompagnés d'une première photographie. Une autre prise de position esthétique concernant la mise en page arrive avec le long format « *Self Care* » dont j'ai précédemment fait une analyse comparée entre sa

forme numérique et papier. En effet, l'article se présente sur un fond noir avec le code couleur de mise en valeur par l'orange, un portrait photographique en pleine page avec du texte en aplats oranges accompagné d'un chapeau introducteur. Certains mots y sont égrainés pour montrer physiquement le sens du texte et dans une démarche d'esthétisation. Il ne s'agit pas simple de rendre compte du texte mais de véritablement lui donner une forme inédite. Le texte se répartit en deux colonnes justifiées assez espacées qui jouent en quelque sorte avec l'espace de la page. Certains éléments de mise en page comme les photographies, les crédits, les titres et chapeaux se manifestent de nouveau dans le format long qui suit et reprend le format en deux colonnes justifiées et centrées de l'hommage à Scott Hutchison précédemment évoqué. Le code couleur est utilisé mais cette fois pour faire échapper le texte au cadre textuel avec des phrases qui s'étendent dans les marges laissées blanches.

Les illustrations envahissent le texte dans l'essai qui court dans les pages 37 à 41. Le code couleur s'applique également aux photos et aux citations dans l'interview de Mitski qui est catégorisée comme « *q&a* » et « *cover story* ». Du côté de la mise en forme du texte, on note l'utilisation du retrait pour distribuer la parole entre l'intervieweur (GFP) et l'interviewée (M). La référence au label se pare d'orange ainsi que la pagination qui pour la première fois n'est pas en noir. L'interview s'enchaîne avec un essai qui reprend les mêmes normes graphiques pour rapprocher les deux articles qui portent sur le même sujet. En bas de page, apparaissent les liens url des sources citées dans l'essai.

À la page 54 débute un article intitulé « *A Summer's Listening* » sous la forme d'une liste de recommandations composée de courtes chroniques d'albums sortis pendant l'été 2018. S'opère ici un renversement du sens de lecture puisque le texte se présente de façon horizontale et non plus verticale. Ce changement d'agencement de la page s'accompagne d'une hégémonie de la couleur orange qui envahit le fond mais aussi le texte et les photos comme si on y avait appliqué un filtre. La hiérarchie du texte s'exprime alors au travers du camaïeu d'orange et du jeu sur les tailles des polices et de la mise en gras, en italique ou en majuscules pour distinguer les noms des artistes, les titres des albums et les labels sur lesquels ils sont sortis. Les trois premières pages de cette section s'organisent en quatre chroniques dont une mise en avant par décalage et changement d'échelle de la pochette du disque en question. Puis la page suivante se présente avec cinq chroniques de même dimension organisées en colonne, tandis que la dernière page est entièrement occupée par une seule chronique. Les pages de cette section ne sont pas numérotées et un système de symboles est utilisé pour signer les chroniques plutôt que d'utiliser les noms complets ou les initiales des rédacteurs. S'ensuit une nouvelle interview catégorisée comme « *q&a* » sur un fond gris clair, ce passage d'un fond blanc à orange puis à gris se reproduit quelques pages plus loin comme pour éviter un contraste trop grand qui gênerait la lecture. L'usage du consommateur semble être pris en compte dans ce cas précis.

L'interview du groupe Phosphorescent qui vient ensuite n'est pas présentée comme un exercice de questions-réponses mais plutôt dans une forme qui se rapproche du long format consacré à David Bazan / Pedro the Lion analysé précédemment. Si la photo de couverture de cet entretien est en noir et blanc, c'est la couleur orange qui prédomine dans les pages suivantes. Le texte se présente en trois colonnes justifiées à nouveau mais en orange sur fond blanc cette fois-ci, y compris les numéros de pages. On y retrouve des citations mise en avant par leur taille largement augmentée par rapport au texte et des retraits et mises en forme assez discrètes en regard de ce qui a été vu précédemment.

Nous passerons rapidement sur les deux interviews suivantes de Tasha et d'Iron & Wine en notant toutefois de nouvelles sorties du cadre textuel et l'utilisation du code couleur ainsi que le filtre orangé sur deux photographies d'illustration. Là encore, le texte se voit éparpillé pour mimer son sens comme avec l'expression « *step by step* » disposé comme en escalier en conclusion de la page 81. Dans les deux cas, le label et le titre de l'album le plus récent de l'artiste en question sont cités en bas de page.

A la page 82, est repris le même principe que pour « *A Summer's Listening* » avec le filtre orange sur toute la page mais il n'y a pas de changement du sens de lecture. Les chroniques s'organisent en trois blocs par page en quinconce et le système de signature par symbole est repris. Page 88, le fond gris fait à nouveau son apparition et s'étend comme un filtre sur les photographies en noir et blanc. Le titre et les citations apparaissent en gras et en orange dans ce format au qualificatif inédit : « *profile* » qui se présente comme un portrait d'une jeune artiste émergente. On retrouve ici le caractère d'expert, de prescripteur voire d'*early adopter* de Gold Flake Paint dans la mesure où il s'agit de faire découvrir et de donner de la visibilité à des artistes peu présents dans les médias traditionnels.

La dernière section de contenu est qualifiée par le terme « *lyrics* » et décrite comme suit : « *Handwritten lyrics to our favourite songs* ». On retrouve ici la figure de l'amateur et de la subjectivité qui s'exprime dans l'utilisation de groupe nominal « nos chansons préférées » qui renvoie à la sensibilité propre des contributeurs et contributrices du magazine. C'est l'artiste en question qui est chargé d'introduire les paroles manuscrites qu'il ou elle a fourni. Ce format renvoie également au geste même de l'écriture et renvoie la chanson à sa forme

physique, celle de l'écrit manuscrit. Autre élément étonnant, le crédit photographique se présente comme précédemment mais est cette fois accompagné de « @whiteleatherpalms ». Il s'agit du pseudonyme Instagram du photographe en question, qui est également régulièrement tour manager sur les tournées de nombreux groupes émergents britanniques ou américains. Ce qui est intéressant ici est de voir comment Instagram est induit sans être explicitement mentionné et comment nos usages des réseaux sociaux et d'internet en général informe notre lecture, et crée des liens entre la publication papier et les nouveaux médias numériques.

Enfin, la dernière page sur laquelle je souhaitais m'attarder est la page 96 qualifiée en entête par le terme « *stockists* » qui rassemble tous les lieux où trouver / acheter le magazine. Le titre de cette page est « *Find us at...* » qui amène le lecteur à confondre l'objet avec ses rédacteurs et rédactrices comme cela peut se faire entre blog et blogueur. La frontière de la personnification, entre objet et individu se fait plus mince. Cette page nous renseigne également sur le réseau de distribution du magazine évoqué plus haut au travers du prix et des devises. Le magazine est donc distribué en physique au Royaume-Uni, en Écosse (qui visiblement ne fait pas partie du Royaume-Uni d'un point de vue Glaswégien) et aux États-Unis. À noter également la présence à nouveau de l'adresse e-mail de contact pour la distribution qui appelle les professionnels à s'emparer de l'objet. La question du rapport entre amateur et professionnalisation est de nouveau soulevée ici, présentant le statut de cet objet magazine comme encore ambigu.

Cette rapide première analyse globale du premier numéro du magazine Gold Flake Paint montre une volonté d'esthétisation de l'objet avec de fortes prises de position graphique et de mise en page. Le caractère amateur de la publication s'exprime néanmoins en s'affranchissant des normes et des règles plus ou moins tacites de l'édition de la presse magazine qu'on pourrait qualifier de conventionnelle ou de professionnelle. De ce premier numéro ressort un caractère hybride d'un bel objet imprimé qui renvoie à plusieurs reprises à sa facette numérique, et transforme parfois le son musical en écrit manuscrit ou dactylographié.

Annexe 3 : Documents de travail préparatoire

- d) Analyse exploratoire de l'article « *Long-read: Self-care ~ David Bazan on Pedro the Lion; on reviving the past & making peace with it* »

Long-read: Self-care ~ David Bazan on Pedro the Lion; on reviving the past & making peace with it - <https://www.goldflakepaint.co.uk/long-read-self-care-an-interview-with-david-bazan/>

J'ai choisi d'analyser cet article car il a d'abord été publié dans le premier numéro du magazine puis posté sur le blog. Mon analyse portera ici moins sur le contenu en soi que sur les choix de mise en page et d'adaptation de cette dernière en fonction du médium. Mon point de départ est la publication web en regard avec son prédécesseur imprimé.

Sur la page web dédiée à l'article, on retrouve la mise en page et les contraintes formelles du blog décrites dans l'analyse du billet ***A Goodbye From Us / A New Chapter***, je n'y reviendrai donc pas en détails mais noterai toutefois la présence des header, carrousel, colonne, section commentaires et footer qui inscrivent le contenu dans un dispositif web / blog.

Un des éléments qui diffère dudit billet est la présence des noms de l'auteur et du photographe dans un ton de gris plus clair que le reste du texte et sans majuscules comme pour mettre en retrait la figure auctoriale par rapport au contenu. Ce qui n'est pas exactement le cas dans le magazine où les noms figurent en bas de page, en gras, avec les majuscules. Le crédit accordé aux acteurs semble donc considéré différemment en fonction du médium, qu'il soit numérique ou imprimé avec une importance plus grande donnée au papier.

Par ailleurs, l'intérêt de l'auteur semble porté plus sur la personne de David Bazan et son ressenti que sur un objet ou une œuvre musicale en particulier. La catégorisation « *long-read* » du contenu s'inscrit dans la volonté de publier un article de fond de qualité plutôt que d'une chronique circonstancielle. Globalement le ton est plutôt empathique et assez éloigné de la critique. La nature du texte n'est d'ailleurs pas aisément définissable puisqu'il ne s'agit pas vraiment d'un entretien retranscrit sous forme de questions-réponses mais plutôt de citations entremêlées à la rédaction de ce qui tiendrait plus de l'essai personnel.

Au fond noir assez inhabituel utilisé dans le magazine, le blog substitue et conserve son fond beige de convention. Néanmoins la charte graphique, et notamment l'utilisation de la couleur orange pour mettre en valeur certains termes ou expressions, est partiellement conservée dans le format numérique mais pas utilisée aux mêmes occurrences. Le médium influence donc les choix formels et les partis pris appliqués au même contenu rédactionnel.

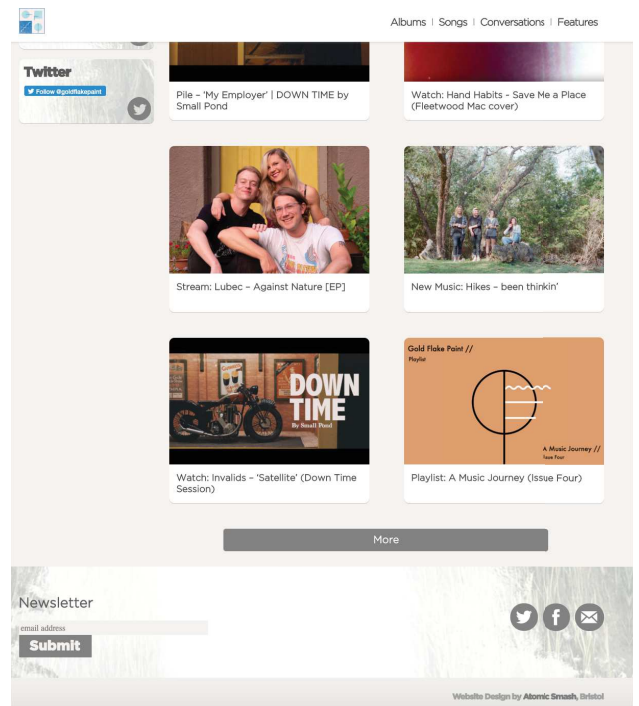
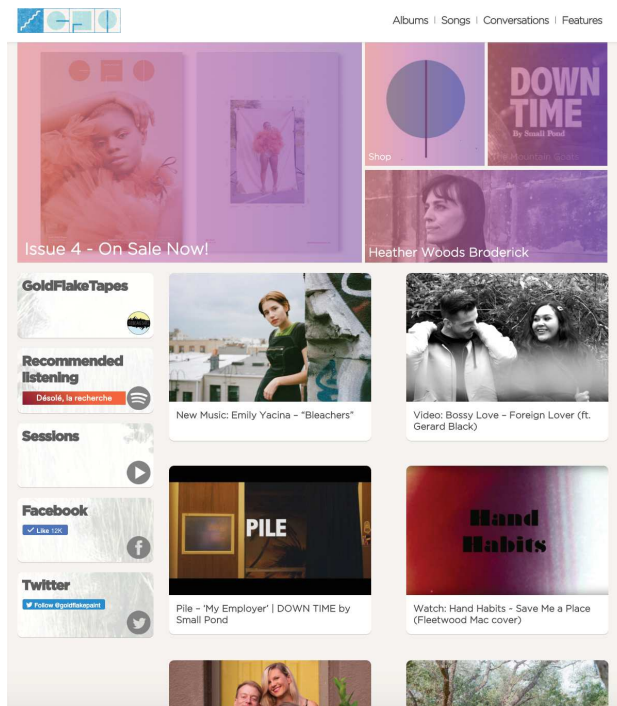
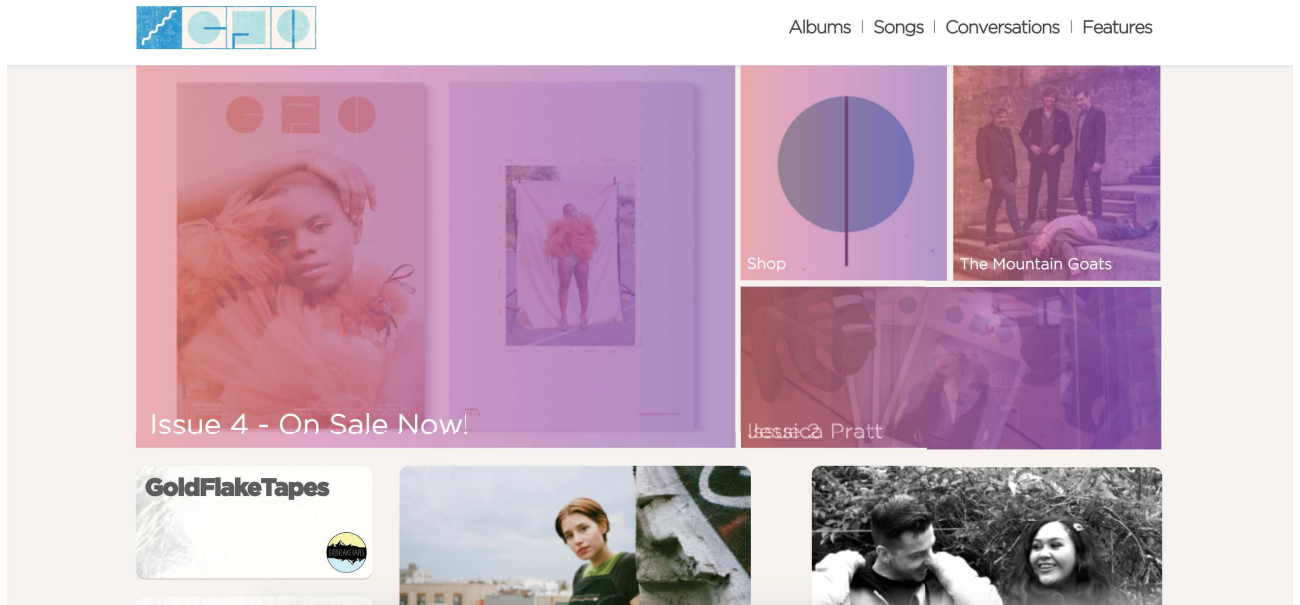
De même, si dans le magazine sont utilisés uniquement des clichés photographiques en noir et blanc de deux photographes différents, l'article de blog utilise en illustration de couverture (en une, pourrait-on dire) une photographie en couleur dans les tons orange qui n'apparaît pas dans le magazine mais participe à la cohérence visuelle du contenu. Les clichés ne sont également pas recadrés de la même manière pour s'adapter aux différentes mises en page du texte. La photographie du second photographe ne se retrouve pas sur le site internet mais un autre cliché le remplace, probablement pour une question de droits / économique.

Le bloc de citation mis en avant dans le format papier ne se déploie pas de la même manière ni au même endroit dans le déroulé rédactionnel numérique. Ces changements discrets pourraient notamment s'expliquer en fonction de la répartition sur le support de la page, web ou papier ; et en fonction du mode de lecture : de gauche à droite en tournant les pages que l'on peut voir dans leur ensemble dans le magazine et par défilement sur la page web. Si le texte n'est pas justifié sur le blog, il est scindé en deux colonnes dans le magazine, ce qui crée un marqueur visuel fort et différenciant les deux formats.

Une autre différence majeure de contenu et de mise en page entre les deux médiums est l'ajout de players Youtube dans l'article web. Cela souligne le caractère d'hybridation des formats du blog. De plus, absente du magazine papier, la mention de la date de sortie de l'album et de la maison de disque indépendante vient clore le contenu rédactionnel numérique. Cela peut s'expliquer par deux facteurs : la temporalité car le magazine est sorti courant octobre 2018 et l'album en question en janvier 2019 ; la publication sur le blog invite plus facilement au partage de l'information et donc peut servir de levier / d'outil marketing pour l'artiste et son label en cas de partage de l'article sur les réseaux sociaux notamment, invitant dès lors les internautes à écouter dans son intégralité ou même acheter l'album dont ils ont pu écouter et regarder deux extraits au fil de leur lecture.

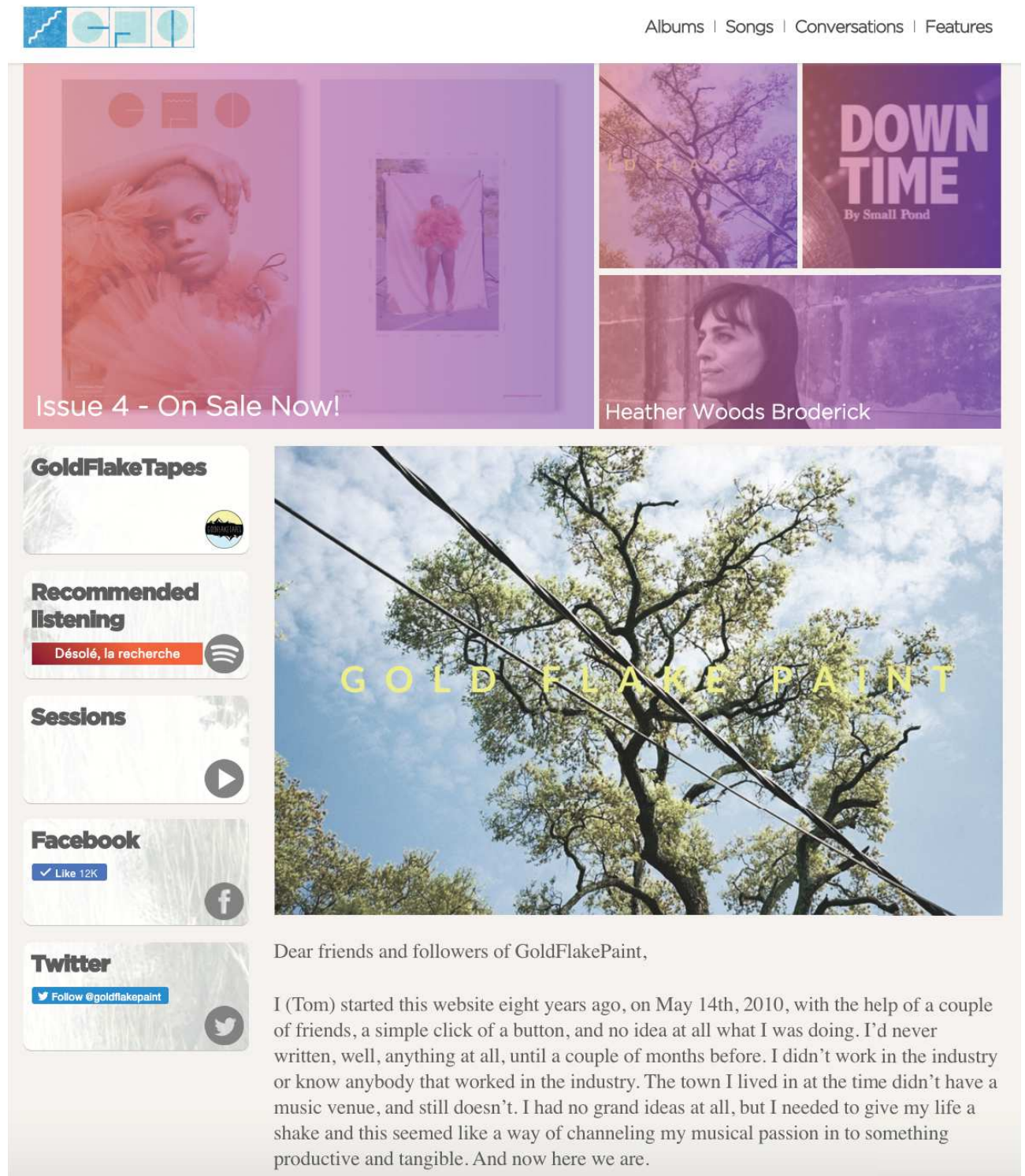
Annexe 4 : Captures d'écran

a) Page d'accueil du blog *golflakepaint.co.uk*



Annexe 4 : Captures d'écran

b) Billet de blog « A Goodbye From Us / A New Chapter »



The screenshot shows a music blog page for Gold Flake Paint. At the top, there are navigation links for "Albums | Songs | Conversations | Features". Below this is a header image with a pink-to-purple gradient, featuring album covers and the text "Issue 4 - On Sale Now!" and "Heather Woods Broderick". The main content area includes a sidebar with social media links for Gold Flake Tapes, Recommended listening (Désolé, la recherche), Sessions, Facebook (Like 12K), and Twitter (Follow @goldflakepaint). The main article features a large image of a tree with the text "GOLD FLAKE PAINT" overlaid. The article text begins with "Dear friends and followers of GoldFlakePaint," and continues with a personal story about the website's creation in 2010.

Albums | Songs | Conversations | Features

Issue 4 - On Sale Now!

Heather Woods Broderick

GoldFlakeTapes

Recommended listening
Désolé, la recherche

Sessions

Facebook
Like 12K

Twitter
Follow @goldflakepaint

GOLD FLAKE PAINT

Dear friends and followers of GoldFlakePaint,

I (Tom) started this website eight years ago, on May 14th, 2010, with the help of a couple of friends, a simple click of a button, and no idea at all what I was doing. I'd never written, well, anything at all, until a couple of months before. I didn't work in the industry or know anybody that worked in the industry. The town I lived in at the time didn't have a music venue, and still doesn't. I had no grand ideas at all, but I needed to give my life a shake and this seemed like a way of channeling my musical passion in to something productive and tangible. And now here we are.



smile and this seemed like a way of channeling my musical passion into something productive and tangible. And now here we are.

Sitting here and writing this I can't quite believe it's been eight years, all that time seems to have disappeared in the blink of an eye, an ever-present background hum while so many other things (people, places, loves, lessons) drifted in and out again. And then, suddenly, I remember where I am now and where I was then, and, in truth, it feels like it's been a lifetime and more.

Given that I didn't know what I was doing in those early days, I made the simple decision to work as hard as I could at every aspect of this funny thing until I felt like I knew what I was comfortable enough to not let other people down. Through all the dizziness of seeing people respond, mostly positively, to something we built from the ground-up, I slowly and assuredly learned to write in a way that felt real and natural and, occasionally – honestly – jubilant. Jubilant in ways I never imagined I could forge for myself; a buzz that those very same songs and albums inject in me; the power of creation and creative freedom, of community and support. I don't know how I ever got by without it and the truth is I didn't, not really.

And so, skipping a few beats, I'm also here to tell you that today is the last day of GoldFlakePaint as a daily music blog. What does that mean? Well, at the moment I'm not too sure. Some things will remain, and some will change. I've arrived at a couple of conclusions, both of which relate to the other, but also that exist in and of themselves. Firstly, that this site on its own isn't ever going to provide a full-time income, and eight years is a long time to be doing something like that. That might seem like a pretty obvious thing to most of you, but with Sammy's spirited, invaluable help, we've been trying to get to that point for the last couple of years, but to try and achieve that requires a minute-to-minute attention that I've simply lost the energy for. Secondly, though closely related to that last point, I've learned that the day-to-day running of the site – arranging content, liaising with bands/labels/PRs, the endless chase-ups, the weird and rocky world of social media – is no longer favourable to either my health or happiness. Such a thing makes huge decisions like this rather simple indeed.

So, from today, GFP is no longer *A Music Blog* but we absolutely live on regardless. The idea, for now, is to stop short track reviews/premieres and standard album reviews, but continue to turn our written attention to long-form features only (in-depth interviews and essays), and to keep our various mixes (Sunday Slowdown, new music monthly recaps) because we still love that side of things. We have a current clutch of writers that continue to produce work that we know to be both powerfully important and deserved of its place at an ever-shrinking table and we want to highlight that more than ever. The other idea is to keep some of that written work to one side and then publish them as a physical collection of essays, published two or three times a year. A magazine you can touch and sniff, the one thing we've always wanted to do.



sniff, the one thing we've always wanted to do.

So this isn't the end – not at all – it's a just a short shift of things which will mean you might not see us around as often as we are right now. But it is a big change, and one we're incredibly excited for – by the idea of more fresh air, for starters, but also by the idea producing something tangible and more considered – and I hope you join us on this new ride too. I (Tom) recently started writing a book (about music, of course) and I'm also about to finish a book of photography portraits (of musicians, of course) so please do keep an eye out for further details on both of those things, if they sound at all interesting.

Finally, and most importantly, THANK! YOU!

Thank you to the writers who have leant their time and energy to keep us moving forward. Thank you to the artists, and the teams behind them, who have believed in this site enough to let us share their work with the world. We've never once taken that privilege for granted. Whether unveiling something brand new, or wiping the dust off something old, we were deeply honoured from the first to last. Thank you to those who have held doors open for us along the way, allowing us access in to rooms we never expected to visit. Thank you, with the greatest sincerity I can muster on a webpage, to anyone who took the time to read something we wrote, listened to something we recommended, bought something we recommended, shared something we took the time to create, shared work with us, or suggested our work to a friend along the way. I leapt in to this blog-life because I was someone who was deeply, profoundly moved by songs, and the impact that they can have upon a day, a moment, a life, and I step back out of the all-encompassing surge of it even more strengthened in that belief. Which is just about the most I could ever have wanted for.

This isn't the end so I won't say goodbye, but try and remember us from time to time, and we'll see you around, new but old, still wide-eyed in wonder.

Be nice to yourself and others, as often as you can.

Best wishes to you all,

Tom, Sammy, and everyone else at GoldFlakePaint

*



8 Comments Goldflakepaint

Login -

Recommend 4 Tweet Share

Sort by Best -

RÉSUMÉ

Le présent mémoire traite des tensions énonciatives dans la presse musicale au prisme des relations qui peuvent exister entre les médias imprimés et numériques. La réflexion s'appuie sur l'analyse de l'exemple de Gold Flake Paint, blog musical devenu magazine indépendant en 2018. La première partie examine cette transformation sous les axes de l'hybridation des formats et du geste énonciatif pour montrer comment les signes de la subjectivité et l'authenticité construite par le discours de Gold Flake Paint permettent de transformer le positionnement éditorial de la publication. Pour ce faire, la continuité de l'énonciation est assurée par des éléments graphiques, éditoriaux et discursifs mis en perspective avec d'autres formats comme le fanzine et le blog. Après un tour d'horizon des discours et des imaginaires de la presse musicale, l'analyse se porte sur les échanges et les saisies entre la presse magazine et les nouvelles formes qui émergent d'internet pour faire naître des formats hybrides et nouveaux.

Dans la seconde partie, il est question du positionnement énonciatif d'un amateur face aux contraintes de la production d'un magazine tant au niveau du positionnement par rapport aux professions de la presse que de la question économique qui intervient dans la conception d'un tel objet. Les procédés de *crowdfunding*, d'abonnement et d'éditorialisation de la publicité sont ainsi exploités par les médias indépendants pour émerger dans un environnement spécialisé et précaire. Pour Gold Flake Paint, cela se traduit par le soutien d'une communauté, d'une niche d'initiés qui performant un attachement au magazine par des processus d'anthropomorphisation et d'identification dus à une confusion des formats et des instances de l'énonciation.

L'exemple de Gold Flake Paint manifeste ainsi la complexité et la diversité des marques de l'énonciation éditoriale dans la presse musicale, au croisement des *media* imprimés et numériques.

MOTS-CLÉS

Presse • Musique • Blog • Magazine • Fanzine • Énonciation • Geste • Amateur • Attachement • Rock