

“ First & Last & Always ”: les valeurs de l’éphémère dans la presse musicale alternative

Samuel Etienne

▶ **To cite this version:**

Samuel Etienne. “ First & Last & Always ”: les valeurs de l’éphémère dans la presse musicale alternative. Copyright Volume ! , 2003, 2 (1), pp.5-34. halshs-00009705

HAL Id: halshs-00009705
https://shs.hal.science/halshs-00009705

Submitted on 22 Mar 2006

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.

« First & Last & Always » : les valeurs de l'éphémère dans la presse musicale alternative

par

Samuel ETIENNE

Université Blaise Pascal Clermont-Ferrand II

Résumé. A côté des magazines professionnels, les fanzines constituent une source alternative d'informations et de promotion du champ musical. Ce média se distingue fondamentalement de la presse dominante par trois caractéristiques essentielles : un manque de capital économique, une absence de professionnalisation et des réseaux de distribution non institutionnels. Toutefois, ces valeurs stigmates des fanzines se trouvent bousculées dès lors que l'aventure éphémère originelle se trouve concurrencée par d'éventuels soucis de pérennité : entreprise para-journalistique ou projet sincèrement désintéressé, la face cachée du fanzine se dévoile toujours à l'épreuve du temps. Un corpus de 300 fanzines (150 titres différents environ) a été analysé, ceux-ci étant principalement des fanzines français des années 1987-2003.

Mots-clefs. *Fanzines — Journalisme musical — Alternatif — Altération temporelle — Authenticité.*

« Si ces jeunes ont autant d'énergie, qu'on leur fasse construire des routes »
Charles De Gaulle, à propos des rockers.

Qu'on les appelle musiques populaires, amplifiées, actuelles, qu'importe le terme, les nouveaux courants musicaux [1] et la presse qu'ils alimentent (ou qui les alimente au sens premier du terme) ont une racine commune : ils émanent à l'origine des couches moyennes, populaires et s'opposent aux musiques savantes. Ce champ culturel génère, comme tout autre, son propre outil de promotion à travers une presse professionnelle qui lui est totalement dédiée : Emmanuelle Debaussart dresse un portrait de l'émergence de la presse musicale à l'occasion des trente ans de *Rock & Folk* [2], tandis que Marc Savev en suggère les conditions d'apparition [3] ; nous ne reviendrons pas sur la période 1950-1975 où les rares fanzines ayant existé sont avant tout des entreprises tentant de devenir des médias de masse pour peu que l'occasion se présente à elles (*Rolling Stone* aux Etats-Unis en 1968, *Disco Revue* en France) [4]. Cette presse, amatrice au départ mais qui ne tarde pas à franchir le pas du professionnalisme, a peu à voir avec le média alternatif qu'est le fanzine de la fin des années soixante-dix, si ce n'est la faiblesse du capital économique qui ne lui permet pas de résister au système NMPP [5]. Bien au contraire, les fanzines qui naissent dans la mouvance punk (1976) et qui en adoptent les préceptes idéologiques vont jouer un rôle crucial en tant que diffuseur de cette nouvelle culture jeune [6].

J'analyserai ici les éléments caractérisant ce type de média (processus de production, caractéristiques formelles, fonctions tribales) et leur évolution dans le temps. Les propos ne peuvent être considérés comme représentatifs de l'ensemble de la communauté des fanzines, ils s'appliquent principalement à ce j'appellerai le *primo fanzine*, c'est-à-dire la première concrétisation pour un individu ou un groupe d'individus du projet de création d'un fanzine. Certaines des remarques restent valables au cours de la vie d'un fanzine, mais la plupart du temps l'expérience transforme substantiellement l'objet fanzine et ses modes de production.

1. Le fanzine rock : définition et caractéristiques de la presse musicale alternative

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)[7]. Le punk est cependant l'étincelle qui va allumer le feu de la presse musicale parallèle, celle-ci en adoptant tout naturellement ses deux caractéristiques essentielles : le *No Future* et le *Do It Yourself*. Car, si par la suite les fanzines vont très vite se multiplier en dehors du milieu punk, mouvement radical éphémère (1976-78) mais crucial pour le renouveau du rock, ils en conserveront toutefois ces deux caractères fondamentaux : l'éthique punk repose sur le fait que chacun peut faire ce qu'il désire par lui-même, sans considérations pour un professionnalisme ou une formation quelconque, le moteur principal devant être l'envie de faire cette chose. Bénéficiant d'une conjoncture technologique favorable — la multiplication des photocopieurs à la fin des années soixante-dix démocratise l'accès à la reproduction —, ils vont malgré eux imposer un modèle, une sorte de fanzine-étalon : il est ainsi notable que nombre de fanzines nés après et hors du mouvement punk (et même hors du champ culturel musical) ont adopté la technique du découper-coller ou de l'édition manuscrite, caractéristique des fanzines punks originels (*Punk*, New York, janvier 1976, *Bondage*, Londres, décembre 1976). Ainsi, les fanzines de football britanniques qui naissent à la fin des années soixante-dix sont-ils construits sur le même modèle graphique que *Sniffin' Glue*, *Ripped & Torn* ou *Out there* dont ils réclament parfois l'héritage. 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 (« dérivatif » in *Supersonic Jazz* n°3, 1996).

11. Alternatif et radicalité

Comment définir la radicalité et l'alternatif et où se place la presse musicale alternative ? Le terme « radical » renvoie à un contenu politique, à l'idée de transformation sociale, alors que le terme « alternatif » est plus large et exprime la volonté d'exister en dehors ou en périphérie du système. Walter Benjamin considère qu'afin de rendre effective la propagande politique il n'est pas suffisant de reproduire un contenu radical ou révolutionnaire dans une publication : le média lui-même se doit d'exprimer *physiquement* cette radicalité, il doit être transformé[8]. Transformation vis-à-vis des méthodes de production, vis-à-vis de ce qu'*est* un producteur de média. Le média alternatif offre les moyens d'une communication démocratique à des gens habituellement exclus de la production médiatique. Il possède en outre trois caractéristiques essentielles qui le distinguent

instantanément du média habituel : il est déprofessionnalisé, décapitalisé et désinstitutionnalisé [9]. Déprofessionnalisé car c'est un média accessible à des gens ordinaires, et dont le fonctionnement, la fabrication, ne sont pas structurés : par exemple, il n'y a pas de séparation franche des fonctions rédactionnelles, éditoriales et de distribution, une même personne pouvant assurer l'ensemble de ces tâches. Décapitalisé car il ne nécessite pas beaucoup d'investissements au départ (nous verrons même que, dans le cas des fanzines rock, ils peuvent émerger en l'absence du moindre capital économique). Désinstitutionnalisé enfin, car sa production et sa distribution prennent place hors du circuit traditionnel. Il possède alors un fort potentiel de reflet fidèle de la vie quotidienne, décentralisé, directement démocratique et autogéré. C'est en raison de ces trois caractéristiques que les fanzines ont souvent été vus, de l'extérieur, comme des outils de propagande, de radicalité politique, des médias à messages politiques forts. C'est pour les mêmes raisons que, de l'intérieur, les activistes des médias alternatifs considèrent leur position hors du « système » comme garante d'une fidélité à leurs idéaux de départ [10].

Le média alternatif émane des minorités sociales : classes ouvrières, minorités sexuelles, groupes de protestation politique dont le besoin d'affirmer leurs idéaux, leurs pensées avec leurs propres mots, leurs propres concepts se matérialise par la création d'une source de diffusion médiatique extérieure au circuit traditionnel dans lequel ils ne se reconnaissent pas et qui est donc à l'origine même de la création du média alternatif [11]. Pourtant, le média traditionnel justifie et offre une légitimité au média alternatif, car la visibilité sociale du média alternatif dépend aussi de la visibilité du média traditionnel : on n'est pas alternatif dans l'absolu, mais forcément par rapport à un référent. On peut même considérer que la radicalité du média alternatif sera d'autant plus forte que le contenu politique du média traditionnel sera faible ou consensuel.

A partir de ces considérations, comment pouvons-nous définir la presse musicale alternative — les fanzines rock ? Comment se place-t-elle par rapport à la presse musicale institutionnelle et par rapport à l'industrie du disque ?

12. Éléments de définition du fanzine

Les définitions du terme fanzine sont multiples et rassemblent des réalités parfois incompatibles : pour Douglas Rushkoff, le fanzine est un simple « magazine auto-édité » [12], définition trop généraliste même si elle suggère deux des caractéristiques fondamentales du fanzine : l'amateurisme

et l'indépendance. Pour Mike Gunderloy, est fanzine « toute publication basée sur l'absence de profit » [13] ; cette définition souligne un point important et l'un des fondements des fanzines : la démarche non commerciale ; mais elle est également insuffisante. Chris Atton le voit comme un médium traitant de la relation du fan à la célébrité [14]. Il est un objet de liaison à travers lequel le fan essaye de combler le fossé qui le sépare de la star, un pont jeté entre les deux mondes. Le fanzine pallie alors un manque : l'absence de considération de la presse traditionnelle pour un groupe ou un courant musical donné. Dans cette perspective, le fanzine est alors fortement monothématique [15] et conjoncturel : les fanzines consacrés au rock progressif ne sont apparus que dans les années quatre-vingt dix eu égard à l'absence de considération de la presse mainstream pour le renouveau de ce genre musical. Ils étaient inexistants dans les années soixante-dix car, au faîte de sa production discographique, l'actualité du rock progressif était largement couverte par la presse qui assurait donc le rôle de bulletin de liaison [16]. Ces trois définitions reposent sur des bases différentes : pour Rushkoff, le mode de fabrication prime ; pour Gunderloy, c'est la finalité économique, alors que pour Atton, la fonction symbolique est essentielle.

Le recours à l'auto-définition (par les fanzines eux-mêmes) n'est pas d'un grand secours puisqu'à la même variabilité s'ajoute la fantaisie : (« *Fanzine : du latin* Fanzinus [sic]*, signifierait feuille de choux (ou de laitue dans le cas présent) faite par des fans et destinée à des fans ou à ceux qui veulent le devenir* » [17]) ; « Dynamite *est un minizine dans le sens où il a la structure d'un gros fanzine avec des chroniques zique, zines, interviews, mais en plus petit et avec une fréquence de parution plus importante* » [18]. Pour *Abus Dangereux*, le journal est resté un fanzine car il conserve, malgré ses quinze années d'existence, plusieurs critères jugés symptomatiques : « *budget éternellement ric-rac, chroniqueurs bénévoles, retards quasi systématiques, et parfois quelques belles boulettes — précipitation du bouclage oblige…* » [19]

La difficulté à définir globalement le fanzine rock n'enlève pas la possibilité de cerner ses caractéristiques « alternatives », selon les trois champs proposés par Chris Atton : le professionnalisme, le capital économique, l'inscription dans un réseau institutionnel.

— **professionnellement**, le fanzine rock se caractérise par un mélange de l'attribution des différents postes de fabrication : le concepteur est tour à tour rédacteur, éditeur, imprimeur (lorsqu'il fait lui-même les photocopies) voire distributeur. Le fanzine est de ce point de vue un organe de presse qui n'a pas intégré le taylorisme comme mode de fonctionnement. De plus, la gestion stricte et ordonnée des différentes fonctions de production qui caractérise la presse dominante

est ici absente : pas de chemin de fer (le fanzine est envoyé à l'impression quand les rédacteurs estiment avoir suffisamment de matière — ce qui varie dans le temps et d'un fanzine à l'autre), pas de date limite de remise des articles (« *deadline* »), pas de relecture systématique, faible niveau de corrections orthographiques (parfois revendiqué dans les éditoriaux : *The Gossip* n°2, *Tribu* n°1) [20]. Par ailleurs, il n'existe pas d'école du fanzine comme il existe des écoles de journalisme : l'apprentissage se fait sur le tas (et, dans le cas du journalisme musical, l'apprentissage se fait souvent au sein des fanzines). Pas de règles, pas de méthodes : « *do it yourself* » reste bien le maître mot [21].

— **économiquement**, on pourrait considérer que le fanzine se distingue de la presse traditionnelle par son statut (il)légal : dépôt légal obligatoire à parution rarement (voire jamais) effectué, inscription de la publication dans le cadre d'une association loi 1901 à but non lucratif dans le meilleur des cas, plus souvent absence de statut légal à l'origine [22]. Le primo fanzine n'a pas de salariés, les rédacteurs ne sont pas payés, il fonctionne sur le principe du bénévolat, de l'engagement militant.

— **institutionnellement**, le fanzine se définit par la faiblesse du réseau de distribution ; *L'Officiel du Rock* (actuel *Officiel de la Musique*) qui recense les médias liés à la musique discrimine presse nationale et fanzines par le critère NMPP, « *écueil sur lequel plus d'un s'est brisé* » [23]. *Combo !* (Paris) est édité par une SARL, mais distribué par correspondance ou par le système de dépôt-vente : il se positionne ainsi sur « *une frontière fluctuante* » [24]. Le réseau de distribution est effectivement un élément de discrimination fondamental : nombre de fanzines disparaissent faute de distribution satisfaisante ou, pour les plus ambitieux, suite à une tentative avortée de diffusion nationale via les NMPP (*New Wave*, l'un des premiers fanzines rock français, en devenant *Sub Rock*, par exemple). Les modalités de distribution du fanzine sont le dépôt-vente chez les disquaires indépendants, la vente directe lors des concerts et la vente par correspondance, tous asseyant cette position extérieure au circuit institutionnel. L'échange postal est une pratique courante, essentielle même : le fanzine sort alors du système marchand et fait l'objet de troc entre les différents producteurs. Il se vend ou s'échange sous le manteau en quelque sorte et n'a donc aucune lisibilité extérieure pour qui n'a pas connaissance du réseau de distribution. De plus, le tirage d'un fanzine, en majorité inférieure à quelques centaines d'exemplaires, l'exclut d'emblée du circuit de distribution traditionnel. Le fanzine ne fait donc pas partie du système organisé de distribution de la presse professionnelle (de l'entrepôt au lecteur via les kiosques).

Vu d'en haut, le fanzine est ainsi un média banal car ne présentant aucun des trois marqueurs essentiels des média traditionnels : éloignés (voire absent) du professionnalisme, du capitalisme et de l'institution, il est alors ignoré la plupart du temps au niveau de sa capacité de production, quand ce n'est pas de son contenu. Chris Atton considère même qu'au vu de ces caractéristiques on pourrait aisément le qualifier de média inintéressant. [25] Mais sa caractéristique essentielle est qu'il 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).

Enfin, un dernier révélateur d'un fonctionnement hors normes est qu'un certain nombre de fanzines naissent, dans l'esprit de leur créateur, avant même la définition du sujet : l'envie de faire le fanzine est donc supérieure à la promotion du sujet lui-même. [26] C'est évidemment un fonctionnement impensable dans le système de la presse professionnelle. Et cela montre, aussi, que le fanzine n'est pas seulement un élément de liaison entre la star et le fan.

On peut donc considérer, avec Steven Duncombe [27], que le fanzine est un média non commercial, non professionnel, à faible diffusion où les animateurs assurent à la fois les rôles de rédacteurs, éditeurs, distributeurs. J'ajouterai qu'un fanzine est cela, *au départ*, et que le fanzine au sens strict de média alternatif est un média viscéralement éphémère, au moins aussi éphémère que sa genèse peut être spontanée.

Les Américains peaufinent le genre fanzine en distinguant trois types de publication. Les *genzines* sont des fanzines imitant les médias professionnels dans la forme (mise en page) et le contenu rédactionnel, mais n'ayant pas leur aura médiatique (on dira, pour reprendre les trois marqueurs évoqués ci-dessus, qu'ils présentent une absence de capitaux économique et institutionnel, *Magic Mushroom* (qui deviendra *Magic !* en 1995) et *Prémonition* en sont deux exemples français. Les *prozines* sont des fanzines à forte diffusion (absence de gestion professionnelle et capital économique faible). Les *perzines*, enfin, se rapprochent des journaux intimes et sont des œuvres essentielles personnelles (*PERsonal ZINE*) [28], ce sont les précurseurs tangibles des *blogs* qui pullulent désormais sur Internet [29].

13. La fonction des fanzines

Le fanzine est l'un des éléments fondamentaux de l'espace social du militant rock. En dehors des connaissances sur son choix musical, la pratique du militant s'accompagne de la lecture de revues spécialisées, de l'assistance à des concerts, l'animation d'émissions de radios voire la participation à des groupes musicaux [30]. Il est donc un des éléments essentiels du métadiscours rock et a une place tout aussi importante que la musique elle-même. Le fanzine a longtemps pallié le rejet manifesté par la presse traditionnelle pour le rock, en dehors de ce que l'on appelle les « dinosaures », c'est-à-dire les groupes reconnus, bénéficiant déjà d'une large reconnaissance de la part des médias de masse.

La pratique rock est élitiste, et le système de valorisation passe avant tout par un succès auprès de spécialistes et non de la masse : elle est et doit rester *underground*. Le fanzine entre donc pleinement dans ce système de valeurs tranchant avec la masse. Mark Perry publia en juillet 1976, à Londres, le premier numéro du fanzine punk *Sniffin' Glue*, considéré comme l'élément fondateur de la culture fanzine outre-manche [31]. Au terme d'un an d'existence et de douze numéros mensuels publiés (plus trois hors-série) qui jalonneront l'ascension et l'explosion du mouvement punk, il saborde son fanzine car, du tirage initial à 50 exemplaires photocopiés, il avait atteint le stade de référence internationale, largement chroniquée dans la presse professionnelle (*New Musical Express*, *Sounds*, etc.), le tirage offset atteignant finalement plusieurs milles (8 000 pour le n°12). A partir du n°6, Rough Trade devient le contact officiel du fanzine qui incorpore alors deux pages de publicité dès le numéro suivant. Le ton des deux principaux rédacteurs devient également moins incisif même si le *NME* le consacre « *nastiest, healthiest and funniest piece of press in the history of rock'n'roll habits* ». La légende veut que, fidèle à ses convictions radicales, Mark Perry ait refusé de rentrer dans le système de la presse établie et ait cessé son activité [32].

Le fanzine rock doit donc assumer la double fonction d'occupation des niches musicales délaissées par la presse commerciale et de reflet des valeurs du courant musical d'inscription.

2. Processus de production des fanzines

Qui ? Le fanzine, du moins le premier projet abouti de ce type pour un individu donné, est surtout un projet de lycéens ou d'étudiants. En cela, il entre en concurrence avec la scolarité [33]. Son attractivité vient du fait qu'il se présente comme un espace de réalisation d'un projet beaucoup

plus immédiat que la scolarité : on peut sortir 3 – 4 jusqu'à 10 numéros par an, alors qu'on ne passe ses examens qu'une ou deux fois par an, et dans des conditions psychologiques fort différentes : le plaisir s'oppose à la contrainte et au stress. De plus, le fanzinat génère rapidement un mythe de perspectives professionnelles : la reconnaissance du milieu rock (accès gratuit aux concerts, accès aux loges pour les interviews, réception de disques gratuits en service de presse) est en effet assez rapide, pour peu que le fanzine sache se diffuser ne serait-ce que localement, et va alimenter chez certains acteurs du fanzine une impression de réussite à caractère professionnelle, même si elle n'est pas envisagée au départ. Ainsi, le fanzine augure une voie alternative, concurrentielle, à la réussite scolaire comme moyen d'accès au marché du travail, c'est le fanzine tremplin, selon la terminologie de Fabien Hein. [34] Le fanzine est aussi un moyen de sociabilisation des jeunes : « *je fais un fanzine pour me faire plaisir. Je ne joue dans aucun groupe, je vois peu de monde, etc. Le zine me permet en plus de faire passer des idées… de communiquer.* » [35]

Pourquoi ? Différents moteurs incitent à créer un fanzine, ils reflètent des émotions positives et/ou négatives. « *L'émotion, en tant que sensation singulière ressentie à l'écoute de la musique semble être l'élément fondateur dans le processus conduisant un acteur à vouloir entreprendre la rédaction d'un fanzine.* » [36] Parmi les moteurs positifs, on retrouve invariablement la passion (*Rockco et ses frères* n°5 : « *nous essayerons toujours de défendre les musiques et les groupes qui nous font vibrer et qui nous touchent* » ; *Rhizomes* n°1 : « *nous tenterons de vous faire partager nos passions, nos coups de cœur, nos coups de gueule* ») ; figurent aussi la volonté de rendre hommage à un groupe (*Anomalie*, *Ooh Aah Paul Weller fanzine*, *Etoile polaire*, *Shampoo You !*), un label (*Lively'zine*), le plaisir de parler de la musique aimée (*Tea Time* n°3, *Micro-sillons* n°1, *Totalitarizm*) ; valoriser la scène rock indé (*Kérosène* n°3). Cet esprit romantique caractérise une deuxième génération de fanzines, apparus avec l'indie-pop notamment, car à l'origine ce sont davantage des moteurs négatifs qui ont motivé la création : réaction face à l'injustice, au manque d'intérêt de la presse traditionnelle pour le style de musiques écouté (« *cela aidera les musiques progressives à sortir de l'ombre dans laquelle les médias* […] *se complaisent à les terrer* » [37] ; « *je trouve que la scène grind/crust en France a énormément de retard par rapport aux autres pays, c'est pourquoi il me semble plus important d'y consacrer du papier et du temps* » [38]), protestation contre le système en place : « *Certain writers in the established rags are latching on to the new bands in the same way they change the fashion of their clothes.* […] *Sounds, NME, Melody Maker & the new crap-Rockstar should stick to writing about the established artists.* Leave our music to us, if anything needs to be written, us kids will do it » [39]. « *En 86, les radios « libres » font partie intégrante du système. Elles sont basées sur l'exploitation de bénévoles, sur le*

profit, et sur la promotion d'une « musique » de merde. J'ai donc préféré me retirer et continuer mon combat punk à travers ce fanzine indépendant […] ».[40]

Ces types de motivations initiales peuvent se combiner et se retrouvent dans toutes les sphères alimentant des fanzines, même en dehors du champ musical : pour exemple, *Capsule Inc. Mag*, fanzine français dédié à la culture Manga : « *Mis à part les tests de jeux vidéos, nous voulions dès le départ nous démarquer de nos confrères : faire partager la culture japonaise, offrir des traductions, de l'***inédit quoi !!!** *En plus, contestataires vis-à-vis de la censure au niveau des dessins animés japonais en France, nous voulions démontrer en les décortiquant que chaque Animé s'adresse à un public spécifique.* »[41]

L'un des leitmotiv habituels du rock est que la presse traditionnelle est « vendue », elle est un support de l'industrie du disque : « *les tabloïds britanniques* (NME, Melody Maker) *qui accueillaient autrefois de grands auteurs, sont devenus aujourd'hui les porte-parole officiels des compagnies discographiques intéressées, et de musiciens à l'existence éphémère.* »[42] Il n'est donc pas étonnant que ce facteur soit l'un des premiers moteurs de création des fanzines.

21. Corps et contenu rédactionnels

Le capital économique des fanzines est proche de zéro au départ : la pratique rock est éclatée entre achats de disques, concert, lectures de revues et de fanzines ; ce sont donc les éléments de proximité de la pratique rock qui alimentent, dans un premier temps si ce n'est tout le temps, le contenu rédactionnel des fanzines. L'éditeur d'un fanzine ne choisit pas toujours qui il va interviewer, qui il va mettre en valeur dans ses pages : il essaime le réseau local de groupes de rock et le complète avec les artistes de passage qui auront bien voulu répondre à ses questions. Sa « politique » éditoriale est donc externe, opportuniste : les groupes interviewés dépendent des programmateurs locaux, au mieux régionaux, les disques chroniqués sont ceux que l'on achète (donc, généralement, que l'on apprécie) ; nouvelle différence fondamentale avec la presse professionnelle.[43] Un autre moyen d'alimentation éditoriale est la correspondance écrite avec les groupes : l'interview se fait alors par le jeu des questions envoyées directement au groupe (ou au label qui gère les relations presse) et des réponses éventuelles de l'artiste. Pratique courante, mais qui ne procure pas les mêmes émotions (la barrière entre le fan et la star n'est pas vraiment franchie, même symboliquement) et reste insatisfaisante quant à la teneur même de l'entretien (impossibilité d'établir un véritable dialogue avec le groupe ou l'artiste).

L'équipe rédactionnelle est souvent restreinte : le noyau dur compte 1 à 4 personnes maximum, le moteur plaisir dicte donc aisément la politique éditoriale qui est éclectique lorsque les concepteurs ont des goûts différents (exprimés via les *playlists* ou Top5 des rédacteurs [44]), très ciblée lorsque le facteur de rassemblement est justement un goût commun pour un même style de musiques voire un groupe (*Etoile polaire*, Björk ; *Alliage*, heavy metal) ou lorsque l'équipe rédactionnelle est unipersonnelle (*Play it wax*, Electronic Body Music). Hormis ce dernier cas, c'est autour d'un réseau amical, estudiantin ou scolaire, que se forme l'équipe.

Cette cristallisation d'un réseau amical autour d'un projet rédactionnel a son importance : elle alimente aussi les pages du fanzine qui fourmillent de « *private jokes* », incompréhensibles pour le lecteur lambda, et destinées seulement à une ou deux personnes, membres elles aussi du cercle amical, ou, du moins, du cercle de connaissances proches (*Sniffin' Glue*, *Combo!*, *The Gossip*, *L'index*, *Les Faux-Fils de Trash Bourrent*, etc.). Ingrédient supplémentaire qui discrimine le fanzine de la presse traditionnelle : le contenu ne s'adresse pas à la masse anonyme, mais à des personnes bien identifiées, à un cercle restreint, à des complices, pour ne pas dire à la « tribu ».

Avec le temps et la notoriété, l'équipe s'étoffe, souvent de membres extérieurs au réseau amical primordial voire à la ville d'origine : réseau de correspondants/distributeurs qui se met en place, contributions spontanées de lecteurs. Le fanzine a aussi cette particularité de laisser ses colonnes ouvertes à ses lecteurs, ce qui est un facteur essentiel de longévité : passée la motivation première du cercle fondateur, les premières désertions, du « sang neuf » est vital et celui-ci provient en grande partie des lecteurs : *MaximumRocknRoll* (États-Unis), 21 ans d'existence, fonctionne sur ce principe de soumission spontanée et bénévole d'interviews, d'articles, etc. *New Wave* (Paris, 1980-91) également. L'ouverture permanente des colonnes rappelle l'une des caractéristiques du média alternatif : cette notion de démocratie participative, de prise directe avec le peuple (communication horizontale de fan à fan). A l'inverse, la presse traditionnelle est globalement fermée vis-à-vis des lecteurs : une ou deux pages des lecteurs sont les seuls espaces éventuels d'expression. *Les Inrockuptibles* dérogeant à la règle avec la constitution, une fois par an seulement, d'un numéro par les lecteurs. Cela s'inscrit évidemment dans une stratégie de légitimation auprès du lectorat.

Cette forme particulière du comité de rédaction, la politique rédactionnelle plus ou moins commandée par des facteurs externes font que le fanzine n'est pas tant que cela l'espace de liberté revendiqué au départ. Au sein même de la rédaction (hors cas de rédaction unipersonnelle), le

fanzine s'affirme avant tout comme le lieu d'expression des idées de l'éditeur, du créateur, du « leader ». Rappelons que son but est moins d'informer que de défendre ses idées, ses valeurs (ce qui en fait *a priori* une autre différence importante avec le milieu journalistique professionnel). Nombre de fanzines éclatent sur des différends entre membres historiques et nouveaux contributeurs souhaitant une réorientation éditoriale du support (ce genre de différends se retrouvent aussi au sein des groupes rock amateurs) : alors que la presse professionnelle peut s'adapter au conflit d'intérêts via des compromis ou des décisions consensuelles, l'absence d'enjeux économiques au sein des fanzines favorise les décisions radicales : plutôt se saborder que de plier. On peut donc dire que le fanzine n'est pas un média libre ou démocratique : il n'est pas libre en raison des contraintes (principalement économiques) qui pèsent sur la politique rédactionnelle, il n'est pas démocratique en raison du poids du leader historique qui défend avant tout sa propre cause.

22. Caractéristiques formelles

Dans sa facture, le fanzine rock est ambivalent : il est à la fois banal et précieux. Banal dans ses ingrédients physiques puisque le producteur utilise avant tout les matériaux immédiatement disponibles dans son environnement (le fanzine *Peek a Boo* porte la mention « home made » en couverture) : il peut être totalement ou partiellement écrit à la main [45], dupliqué sur du papier carbone, entièrement constitué de découpages-collages de prospectus, cartons, catalogues publicitaires, extraits de journaux traditionnels [46], il est parfois colorié au feutre [47] ou peint à la main [48]. Il est plus souvent tapé à la machine (à ruban plus qu'à marguerite), la Publication Assistée par Ordinateur n'apparaissant qu'au début des années 90 [49]. Lorsque la reliure n'est pas absente (simple pliage) elle consiste généralement en une ou plusieurs agrafes, parfois complétées par du ruban adhésif. Certains cousent les pages entre elles [50]. Mais aucune limite ne semble permise : rivets pop pour *18, jardins* (n° 4, 2000) ou reliures à spirales pour *!Brasil Brasil!* et *Livesteel*. Le fanzine nantais *Roger le Chat* se distingue très nettement de ses congénères par un emballage variant d'un numéro à l'autre et très original : imitation de la pochette du disque vinyle pour le n° 1 (clin d'œil à l'industrie du disque qui vient officiellement d'enterrer le vinyle), sachet de bonbons en cellophane pour le n° 2, boîte de conserve en aluminium serti pour le n° 3 (photo 1).

Plus généralement, le fanzine est, dans les années quatre-vingt, majoritairement photocopié et agrafé, la photocopieuse étant souvent un moyen de production détourné par l'éditeur (photoco-

pieuse du bureau), la force de travail étant éventuellement détournée elle aussi (écriture et confection pendant les heures de travail ou de cours). La production et la fabrication peuvent aussi prendre des allures clandestines : « *Les photocopies étaient effectuées dans deux entreprises différentes où travaillaient les pères de deux des rédacteurs ; en général, cela se faisait le samedi, c'est-à-dire au moment où il n'y avait personne d'autre dans l'entreprise. Pour certains numéros, nous avons utilisé les photocopieuses de la Mairie de Nantes : entre midi et deux, les couloirs sont vides et les bureaux ouverts ! A l'époque* [1990]*, les photocopieuses n'avaient pas de cartes-clefs. On n'a pas été ingrats : la Mairie de Nantes était remerciée comme sponsor non officiel !* »[51]. Ce mode de fabrication témoigne du *DIY* hérité du mouvement punk.

L'importance de la photocopieuse comme outil de reproduction impose tout naturellement un format : A4 ou A5, le A5 étant privilégié par les fanzines punks (possibilité de le mettre dans une poche et de le transporter avec soi). C'est un format de base que le pliage ou le découpage permet de moduler : *Inside Susan* est découpé de manière circulaire dans une page A4, alors que *Supersonic Jazz*, *Le Stéréophile* ou *Monotrains & Satellites* adoptent le format oblong (A4 plié en deux dans le sens de la hauteur).



Photo 1. Variabilité du support physique du fanzine Roger le Chat*, n° 1 à 3, 1991-1992.*

Le faible degré de technicité du mode de reproduction des fanzines lui octroie par la même occasion un caractère précieux. Chaque exemplaire d'un numéro peut être unique : volontairement (numérotation manuscrite) ou non (collages manuels variant *de facto* d'un exemplaire à l'autre). Plus la part de fabrication manuelle est importante, plus le fanzine s'éloigne du média de production massive, pour se rapprocher de la création artistique (ce qui ne préjuge pas d'une quelconque *qualité* artistique). Par son processus de fabrication, il peut tendre vers l'unicité[52]. *Les eaux noires et le grand quoi* (Nantes, 1987) traduit un lent travail de fabrication alliant différentes techniques graphiques ou plastiques (collages, pochoir, rhodoïd), auquel s'ajoute une impression sur un papier précieux (vergé), l'ordonnancement des éléments variant d'un exemplaire à l'autre. Ce caractère unique du fanzine est parfois une volonté des créateurs :

la numérotation manuscrite des exemplaires d'un même numéro rappelle celle des disques, ceci définissant l'aspect collector de l'objet disque (*The Gossip* n° 1, *Soda for girls* n° 1, *Pogo Tango* n° 1). Le coloriage manuel (feutre, gouache) inévitablement variable d'un exemplaire à l'autre génère le même résultat (*Ozone friendly* n° 4, *Démophone* n°0), tout comme le collage de pastilles ou lettres autocollantes (*Ursa* n° 2 et 3).

S'il est média de fans, le fanzine reproduit souvent l'attitude groupie de celui qui a touché la « star » : conserver une trace du contact personnel à travers la reproduction d'une interview ne suffit pas ; reproduire un autographe permet au contraire de prouver la rencontre : *The Gossip* n° 4 publie une dédicace du chanteur des Toy dolls, groupe punk anglais dont une chanson (*Idle gossip*) a inspiré le nom du fanzine. Un peu plus loin, c'est une dédicace de Manu Chao (*La Mano Negra*) qui est reproduite. *Alliage* n° 4 va plus loin : pas d'interview mais un compte-rendu de concert où la récupération d'un médiator de la guitariste de Vixen et d'une baguette du batteur de Scorpions sont bien mis en avant : « *Nous ne pourrons malheureusement pas vous montrer le médiator, ni l'une des baguettes que nous avons ramené, Jean-Yves et moi, mais en revanche, vous pourrez voir la dédicace…* ». Ainsi qu'une photo authentifiant la rencontre. Le fossé entre le fan et la star a été franchi, ne serait-ce qu'un instant, et trois éléments différents permettent ici de le prouver au lecteur. Cette administration de la preuve par l'image existait déjà dans les fanzines fondateurs : le fanzine new-yorkais *Punk* publie dans son n° 4 (juillet 1976) une photo dédicacée de « Debbie Blondie » sous le titre « Punk playmate of the month ». Dans des numéros ultérieurs, on peut aussi voir des photographies de Paul Mc Cartney ou Andy Warhol le fanzine entre les mains. *Sniffin' Glue* n°3 publie en dernière page une photo d'Iggy Pop en compagnie d'un ami de Mark Perry, bien que dans le cas présent la situation est davantage tournée en dérision via le titre « S.G. pin-up Iggy Pop + friend ! » ; dans le n° 6 du même fanzine, Brian Chevette du groupe *Eater* tient un exemplaire du n° 5 de *Sniffin' Glue* devant lui.

Un libre choix de couverture est parfois proposé au lecteur (*RockCo et ses frères* n° 9), ce que l'on peut traduire comme une volonté de ne pas imposer une norme, un modèle obligatoire, le maintien d'un espace (réduit certes) d'interactivité qui est l'une des caractéristiques de la presse alternative : la place pour la libre décision de l'acquéreur [53].

Contrairement à la presse traditionnelle dont la régularité de parution est un impératif de survie économique, les fanzines sont généralement des irrégulomadaires, parfois déclarés (*Destroy the Art*,

Punk System). Ces apériodiques entretiennent donc constamment le suspens sur leur durée de vie : chaque sortie est un aboutissement, un « accouchement » [54] dans la douleur (*cf.* les nombreux éditos qui contiennent un « ça y est » ou « enfin » de soulagement (*Inside Susan* n° 1, *Les Faux Fils de Trash Bourrent* n° 5, *Peek a Boo* n° 2, etc.)), et rien ne permet de savoir s'il ne s'agit pas du dernier numéro. L'éphémère est donc une autre caractéristique fondamentale du fanzine, c'est l'illustration du *No Future*, deuxième valeur fondatrice du mouvement punk. Nous verrons plus tard comment la disparition progressive de cette épée de Damoclès accompagnant la survie du fanzine transforme ses valeurs fondatrices.

3. Le capital économique des fanzines

Par définition, celui-ci devrait être nul ou faible. Les outils de production font partie de l'environnement immédiat (*DIY*) et sont souvent détournés de leur fonction première (photocopieuse du bureau, etc.). Toutefois, pour sortir du cliché facile, il faut tenir compte aussi de l'existence de fanzines luxueux (impression offset) qui disposent dès l'origine d'un minimum de fonds, ceux-ci étant souvent issus de milieux socialement favorisés (aide des parents, par exemple). Le fanzine n'ayant pas, à l'origine, d'objectifs économiques définis, le rapport au capital économique est toujours sujet sensible chez les acteurs : combien d'éditoriaux s'alanguissent sur l'augmentation du prix de vente (« *on ne pouvait faire autrement* »), ceci étant justifié par l'augmentation du nombre de pages (*Zéphyr* n° 1, 1991 ; *No Man's Land*, n° 4), par une couverture en couleurs, par le passage en imprimerie (*Kérosène*, n° 5), etc. Lorsqu'il n'est pas gratuit, le fanzine dont le prix de vente est proche des coûts de production exprime sans cesse un malaise vis-à-vis de ce même prix de vente. Le prix de *Dissonance* varie d'un numéro à l'autre (à la hausse comme à la baisse) en fonction du nombre de pages, indiqué en gros sur la couverture. Cet éditorial de *The Gossip* témoigne, avec humour, de ce malaise :

> « *Ah ! J'oubliais, vous aurez sans doute remarqué que le prix est passé à 5 Frs. Oui, oui, « GOSSIP » s'est vu dans l'obligation de réévaluer son tarif avec 25% de hausse. Ce n'est pas une sale mesure inflationniste qui va augmenter nos profits, nous ne sommes pas de sales petits capitalistes bourgeois comme pourraient le laisser entendre quelque pseudo-marxo-ridiculo-gauchiste. Non, non. Seulement l'offre au prix de vente actuel ne peut satisfaire la demande sans cesse accrue. Notre capital machine est en suremploi,*

> *nous ne pouvons pas améliorer nos gains de productivités, et nos bénéfices nets ne permettent pas encore d'investir dans un nouveau photocopieur plus performant, qui finirait à moyen terme à faire baisser les coûts de production, ce que nous répercuterions sur le prix à l'achat. Alors suivant la très sainte règle du Marché, émise par le non moins très vénéré Adam Smith, le Zine est passé de 4 Frs à 5 Frs.* »[55]

Par contre, d'autres semblent avoir intégré le prix de vente dans une stratégie d'autofinancement de l'activité du fanzine (fabrication, distribution postale mais aussi, probablement, achat de disques, de places de concerts, etc.) : le prix exorbitant de certains titres, l'absence de justifications dans les éditoriaux traduisent un rapport moins complexé aux profits générés par les ventes (*Surprise Orgie*, 20 FF pour 52 pages A4 ; *Ran Tam Plan*, 15 FF 36 p. ; *Rhizomes*, 25 FF 40 p. ; *Modulations*, 15 FF, 36 p.). Ces fanzines, postérieurs aux années quatre-vingt en général, ne s'inscrivent plus dans le système de valeurs radicales de leurs prédécesseurs, ils sont devenus une activité ludique comme une autre, pouvant éventuellement rapporter un peu d'argent de poche.

Les gratuits, qui n'ont pas d'impératifs économiques de vente (évidemment) mais plutôt de diffusion pour satisfaire leurs annonceurs éventuels, jouent beaucoup sur l'attractivité de la couverture : celle-ci doit plaire/attirer le lecteur, mais ne pas déplaire (décourager) les annonceurs. Deux catégories de fanzines gratuits se distinguent alors : les entreprises éphémères qui jouent sur le côté « performance », percutant (*L'index*, avec le sous-titre « pour aller plus profond ») et les entreprises ayant la pérennité comme ambition première : *Pulsomatic* (Nantes) offre ainsi la première de couverture à son annonceur principal.

4. Les référents symboliques des fanzines

Le fanzine est économiquement décapitalisé, on devrait dire acapitalisé puisqu'on ne l'a pas privé de son capital économique, il n'en a jamais eu. Cette absence de capital économique est compensée par la rage ou la passion qui sont parmi les moteurs de départ. N'ayant, littéralement, rien à perdre, les fanzines osent tout, tant sur le plan formel, que sur le plan éditorial. Mais cette audace est bien souvent orientée par les codes en vigueur au sein du courant musical d'inscription, phénomène classique d'affirmation de l'appartenance par l'apparence.[56]

41. La forme, un reflet des valeurs du courant musical défendu ?

L'une des spécificités du rock est la production, lors des concerts notamment, d'une logique de geste qui est une logique de désarticulation du corps [57]. On peut dire que le fanzine rock a conservé cette logique en tant que désarticulation formelle et symbolique de la presse traditionnelle. La variabilité des fanzines au sein des branches de l'arbre du rock va refléter plus ou moins parfaitement la diversité des codes ou signes extérieurs véhiculés par chaque courant musical. Il existe ainsi une opposition très nette entre les fanzines punk et indie-pop : à l'organisation anarchique, la mauvaise qualité des photos, les ratures (parfois volontaires), la saturation textuelle ou graphique des pages des premiers répond la volonté de perfection technique, de clarté qui animent les seconds (*Crème Brûlée*, n° 5). Le noir et blanc domine tout naturellement dans les fanzines techno (*Ozone Friendly*, *Datacide Eight*) puisqu'il s'agit d'un des codes de la free party [58], alors que d'autres le perçoivent comme une concession inévitable liée au mode de reproduction (photocopie) et expriment des regrets face à l'absence de couleurs.

Comme le groupe qui doit choisir un nom dont la valeur symbolique doit être suffisamment claire pour s'insérer dans un genre musical et impliquer une complicité de références communes avec le public visé, le titre du fanzine doit être tout aussi révélateur, tout autant chargé de symbolique : irrévérencieux, provocateur, anti-commercial, radical pour les fanzines punks, il est plus raffiné, léger, « sucré » pour les fanzines indie-pop [59] dont les acteurs véhiculent une image pacifique [60]. Très souvent, le nom du fanzine s'inspire directement d'un titre ou de paroles de chanson, ce qui est un ingrédient supplémentaire d'inscription dans un univers codé : *Sniffin' Glue* (Ramones), *Crème brûlée* (Sonic Youth), *Peace Warriors* (morceau d'Ornette Coleman repris par John Zorn et Dog Faced Hermans), *The Gossip* (Toy Dolls).

Le tableau 1 présente une sélection de titres de fanzines punk et pop, l'opposition des signifiés se passe de commentaires.

Le créateur de *Dynamite* déclare : « *Pour en revenir au choix du nom Dynamite, on peut y voir une connotation politique. La dynamite est un moyen d'action radical du peuple, avec des cibles souvent très symboliques : les McDo, les préfectures, ou même les locaux de l'Armée de l'air à Lyon dernièrement.* […] *Le mot 'dynamite' revient souvent dans les chansons révolutionnaires du siècle dernier, tout comme dans les textes des groupes anarcho-punks.* » [61]

Fanzines punks	**Fanzines indie-pop**
Gratte-toi le cul, t'auras des verrues, Nantes, 1984	*L'ancolie*, Nantes, 1992
Bordel 666, Nantes, 1984	*Les jolies mélodies*, Nantes, 1994
PQ, Nantes, 1986-89	*Tea Time*, Arradon, 1991-92
Psychopates de la chaudière à mazout, Montreuil, 1989	*Les Anoraks sages*, Nantes, 1988-90
Worst, Sarcelles, 1988 +	*Happy ?*, Nantes, 1991
Le manifeste du chromosome rebelle, Tarbes, 1990	*Gloomy Biscuit*, Epinal, 1996
Fils de Putes, Longjumeau	*Tournicoti… Tournico…Pulp*, Nantes
Fils de Crevure, Quimperlé, 2002	*Pop lunaire*, Paris, 1995
Dynamite, 1998 +	
Guérilla urbaine, Terrasson, 1991	
Vomi de porc, Epernay, 1996-97	
L'enculeur de mouches, Mulhouse, 1993-94	
Tant qu'on aura la colère, Dijon, 1996	
Acid Vicious, Favières, 1995-99	

Tableau 1. Opposition des signifiés à travers les titres de fanzines punks et indie-pop français

Au-delà du titre, les référents radicaux ou alternatifs doivent aussi s'afficher en couverture, ce sont eux qui attireront le lecteur averti. La revendication d'indépendance (vis-à-vis de la presse traditionnelle, elle-même supposée dépendante (de l'industrie du disque)) est fréquente : *Phosphor* (Hollande/USA, 1992) : « An independent and industrial magazine », *Armaggedon* (Nantes, 1992) «Magazine indépendant». Certains, comme *Combo !*, ont pourtant une couverture sobre en décalage avec un contenu souvent incisif. Cette ambiguïté semble toutefois assumée par la rédaction : on trouve, en page 3, au-dessus du sommaire cet incipit : « *You can't judge a book by looking at the cover* (Willie Dixon)», citation doublement signifiante puisque déjà utilisée par les Sex Pistols dans le titre «EMI». La sobriété de la couverture est-elle alors imposée par l'éditeur ? L'impératif économique qui accompagne la professionnalisation de certains fanzines s'accompagne de nombreuses concessions, souvent dénoncées *a posteriori* (*New Wave*, n° 5, 1990).

Les valeurs fondatrices d'un mouvement musical sont donc des éléments qui se cristallisent dans le fanzine. Toutefois, l'inscription temporelle du fanzine dans le mouvement est primordiale quant à la fidélité de la cristallisation (respect des valeurs idéologiques). Les fanzines punks des années

deux mille, s'inscrivant dans la diachronie par rapport au mouvement, peuvent présenter des paradoxes inconcevables en 1976 : le cas de *Worst* est assez démonstratif (*cf.* note 59). Un improbable *Do it Yourself* professionnel serait-il né ? Ceci traduit une dilution de l'authenticité des mouvements qui deviennent des biens de consommation ou des loisirs comme les autres, dénaturés peu ou prou de leurs revendications sociales originelles : ainsi, le webzine *Punk et poissons* est-il consacré, tout à fait sérieusement, aux deux principales passions de son animateur, à savoir la musique punk et l'aquariophilie. [62]

42. Le fanzine, un terrain d'expérimentation permanent.

Détaché de toute considération économique, le fanzine est un champ d'expression totalement libre pour ces concepteurs, du moins dans un premier temps : l'espérance de vie étant limitée et intégrée dans le processus de fabrication, les éditeurs s'autorisent des fantaisies qui mettraient en péril toute entreprise marchande : le fanzine est un laboratoire, un banc d'essai permanent. En témoignent les changements incessants de logos d'un numéro à l'autre [63], de format [64] voire de nom [65]. L'exemple ultime étant *Roger Le Chat* qui transforme son support physique d'un numéro à l'autre.

Avec la pérennité, le tirage est souvent de plus en plus important et les idéaux de départ — le plaisir, la passion — font souvent place à un désir plus grand de survie : le fanzine ne sert plus la cause initiale (défendre tel ou tel courant musical), il se sert lui-même, devient « fanzine promotionnel » [66] dont l'un des objectifs est aussi de conserver les avantages acquis par ses rédacteurs : service de presse, entrées gratuites aux concerts, etc. Il entre là dans un champ proche de la presse traditionnelle qui, elle, lutte avant tout pour la rentabilité, rentabilité assurant la survie. Ici, seule la survie compte. Ce revirement éditorial ou politique, nettement sensible ou progressif, est souvent accompagné (ou provoqué par) des bouleversements au sein de l'équipe rédactionnelle. Le produit fini lui-même se rapproche des médias traditionnels, par sa qualité formelle, par la cohérence de son contenu, par son organisation : cet aboutissement est souligné dans l'éditorial sous forme d'autosatisfaction, stigmatisant le désir souvent inavoué de certains concepteurs de fanzines : jouer au rock critique plus que défendre un idéal musical. Il y a forcément un désir égoïste derrière cela. Il se lit aussi par l'importance symbolique que s'attribue les rédacteurs dans l'ours : « directeur de publication », « rédacteur en chef », etc.

Je crois que l'ambition initiale des créateurs de fanzines se lit à la présentation de l'équipe rédactionnelle : la mise en avant de soi (à travers un ours, à travers la signature) est caractéristique de ceux qui font un fanzine pour jouer les apprentis journalistes, car le fanzine est en effet, pour cette presse particulière qu'est la presse musicale, une nurserie plus ou moins reconnue : *Alternative Press* (Cleveland), *Best, Les Inrockuptibles, Magic !* ont aussi été, en leurs temps, des fanzines ; au contraire, l'absence de signature, l'utilisation de pseudonymes plus ou moins heureux, l'absence de hiérarchie dans l'ours traduisent davantage une attitude désintéressée sur le plan personnel, un investissement pour la cause commune qu'est la défense de la musique rock.

43. La récupération des référents symboliques

Le fanzine, au sens littéral de magazine de fans, possède malgré ses handicaps économiques qui le déconsidèrent et le privent d'une audience massive, un capital symbolique fort auprès des groupes et auprès des lecteurs. Paradoxalement, il est également fortement considéré par les producteurs de disques. Les indépendants évidemment puisqu'ils appartiennent au même cercle militant, mais aussi les majors, surtout depuis qu'elles rachètent les petits labels.

Dans une première période (fin 80's-début 90's), celle où en France, on connaît une baisse générale du militantisme rock et des fanzines en particulier, les majors arrosent de services presse : à partir d'un agenda de référencement construit avec l'aide de correspondants locaux (*l'Officiel du rock*), elles sélectionnent directement des fanzines et les sollicitent pour leur envoyer leur production (Barclay, Polygram, mais aussi de gros indépendants tels que Musidisc, Virgin, Midnight music). Le résultat n'est pas à la hauteur des ambitions : les seuls fanzines qui jouent le jeu de la promotion sont ceux qui ne jouissent que d'un faible capital symbolique, discrédités justement par leur acoquinement avec les productions des majors. Certains labels ne baissent pas les bras et produisent leur propre organe de propagande, utilisant certains ingrédients caractéristiques de la presse alternative : format A5 et mise en page osée pour *mute lab* (Mute), provocation pour *La Purée* (Barclay/Island) avec pour slogan : *« si tu ne l'as pas, j'te l'envoie »*, le tout sur une photo de couverture présentant un homme musclé dans une posture type *Têtu*, *Gai-Pied*, magazines de la communauté homosexuelle. Certains fanzines gratuits dénoncent leur accointance avec l'industrie du disque, qui les finance par l'intermédiaire de la publicité : *Foetustriel* (n°12) avoue que son indépendance éditoriale est menacée car « *la gratuité et le travail de financement du zine amène et favorise*

les relations étroites avec labels et maisons de disques, il faut bien payer l'encre! ». Solution : le passage à un fanzine payant (*Child* naîtra en effectivement en mai 2001) malgré « *tous les problèmes de distribution que cela suppose* ».

La récupération des référents symboliques des fanzines s'opère aussi par les groupes eux-mêmes (on n'est jamais aussi bien servi que par soi-même) : *River of souls* (Nottingham) est produit par le groupe gothique anglais Every New Dead Ghost qui y retranscrit concerts, entretiens, paroles de chansons ; *Lies, lies, lies* par les londoniens de Carter USM ; *Les Nouveaux Echos du Big Byzzarr* est un fanzine gratuit qui promeut le Big Byzzarr Band et d'autres groupes de la scène nantaise, souvent managés par la structure WCM (fondée par le BBB lui-même). En fait, ces « fanzines » sont en réalité des lettres d'informations déguisées, des bulletins de liaisons d'un groupe vers son public : les groupes rock nantais EV et This Endless Day publieront également ce type de bulletin, mais sans en cacher l'origine, tandis que le fan club de Parabellum a fait de *Papir* un outil de promotion plus ou moins officiel. L'ambiguïté naît lorsque l'information sur le groupe est noyée dans d'autres informations, ceci pouvant laisser augurer d'une certaine objectivité. Il s'agit là d'une véritable action de propagande, qui fait partie des comportements radicaux habituels.

5. Le fanzine, une des composantes du militantisme musical

51. Le fanzine, un élément du militantisme alternatif

L'implication des acteurs d'un fanzine se limite rarement à la seule édition de celui-ci. Nombre d'entre eux jouent dans un groupe [67], animent en parallèle des émissions de radio, organisent des concerts, produisent des compilations K7, vinyles ou CD, animent un réseau de distribution de disques, K7 et d'autres fanzines (figure 1). Cette pluriactivité reflète à la fois la médiocrité des réseaux rock qui oblige à tout faire soi-même, et le caractère militant des acteurs du fanzine qui font face sur tous les fronts. Il y a une véritable solidarité du milieu rock alternatif qui se manifeste ainsi par l'entraide à la diffusion, par des réseaux d'échanges ou de vente : « *Le zine* [Totalitarizm] *a eu des débuts difficiles et c'est grâce à Fred de* Earquake *qu'il y a eu un 2e numéro, il m'a entièrement financé ce numéro* ». [68]

Ce militantisme effréné est apprécié comme la clef de l'indépendance. Il est mis en avant dans les éditoriaux (*Ozone friendly* n°4). La solidarité, au-delà des réseaux de distribution ou de promotions

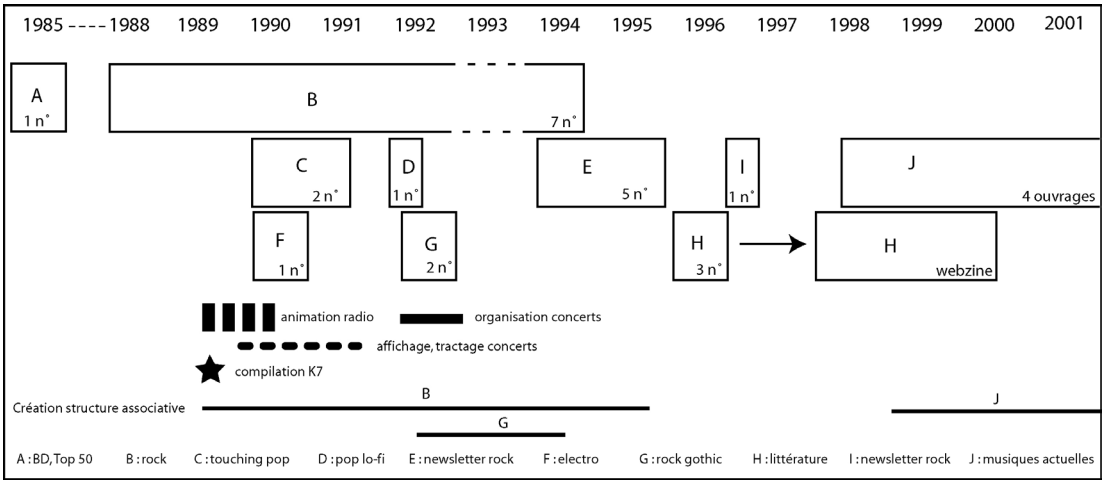


Figure 1. Diversité des modes d'implication dans le milieu « rock » d'un créateur de fanzines.

mutuelles, passe également par des actions communes ponctuelles : split-zines sur le modèle des split-singles (45T partagés par deux groupes) : *Play it wax* et *Lively 'zine* (1990), *Les Faux-Fils de Trash Bourrent* et *Roger mag* (1993), *Punk Sincerity* et *Kangourou zine* (2000), *Dynamite* et *Silence means Death* (2002), voire common-zine (fusion des rédactions) : *Dynamite* et *Human Disaster* (2003).

Cette entraide découle donc directement de la faiblesse générale des réseaux rock, qui ne bénéficient jusqu'à la moitié des années quatre-vingt dix au moins d'aucune structure organisée à la manière des circuits jazz qui eux permettent des carrières professionnelles assez longues même à des musiciens locaux [69]. Le fanzine en tant que maillon de ce réseau d'entraide possède un capital symbolique fort auprès des groupes rock qui refusent rarement les interviews, alors que vu de l'extérieur, de la presse traditionnelle notamment, le fanzine n'est pas considéré comme un élément concurrent, ce qui est une manière de dire (par omission) qu'il est insignifiant. Cette bienveillance de groupes stars peut aussi s'interpréter comme une manière de se dédouaner vis-à-vis de leur passage d'un label indépendant vers une major du disque [70]. Maintenir des liens avec le milieu militant est une volonté souvent affichée par les groupes qui franchissent le Rubicon : *The Little Rabbits, La Mano Negra*, *Manu Chao*. Un moyen de ne pas perdre complètement son âme.

52. Le statut légal des fanzines

Le fanzine étant une entreprise accompagnant des activités d'adolescents ou de jeunes adultes généralement non professionnalisés, la fonction économique n'est pas intégrée dans l'activité. Nombre de fanzines (et notamment les primo fanzines) démarrent leur activité sans statut légal, dans une clandestinité factuelle plus que volontaire. La vente des fanzines, en particulier à travers le dépôt chez les disquaires, nécessite très vite une mise aux normes de fonctionnement du marché économique : l'établissement de factures devient par exemple un impératif pour récupérer le produit des ventes ou tout simplement pour pouvoir insérer de la publicité payante (le client ayant besoin de justificatifs comptables). La solution la plus simple est la constitution d'une association loi 1901. Pour les activistes les plus radicaux, il s'agit d'une concession faite à l'État qu'il semble nécessaire de justifier auprès des lecteurs : suite au passage en association loi 1901, l'éditorialiste du fanzine toulousain *Unhurt* écrit, en décembre 2002 : « *les quelques gens d'UNHURT ont décidé non pas, de simplement se mettre dans le rang de la loi, pour être ainsi en règle, mais plutôt d'essayer de faire valoir et d'user de ce droit légitime qu'est la liberté d'association, la liberté d'exister en tant que groupe et d'essayer de véhiculer des idées au sein de notre société et de sa complexité.* » [71]

Conclusion : l'avenir d'un/des fanzines ?

Le fanzine est-il voué à devenir magazine ? Dans la grande majorité des cas, le fanzine est un média éphémère voué à disparaître, parfois dès le premier numéro (le *Bondage* de Shane McGowan, *Armaggedon* qui affiche ambitieusement un projet de magazine indépendant ne sortira que deux n°0). Mais un fanzine ne meurt jamais totalement, il engendre souvent d'autres titres, le processus d'imitation ayant toujours été primordial dans la création de ce média : *Punk* de John Holmstrom et Legs McNeil s'inspire du *Creem* de Lester Bangs (ce dernier se prêtant à un roman-photo dans le n°4 de *Punk*, juillet 1976) [72], *Sniffin' Rock* (Londres, 1987) de *Sniffin' Glue*, *The Gossip* est né de la lecture de *PQ* et *Bordel 666* [73], l'idée de créer *Worst* apparaît à la vue du fanzine anglais *Punks Live*[74], *Dynamite* a été influencé par *Que Vive le Rock Libre*, feuille d'infos « reçue par hasard » [75], etc.). Il peut renaître sous une autre forme [76] voire sous un autre titre (*Tant qu'il y aura du rock* de David Dufresne laissera place à *Combo !*, *Braindamage* devient *Ozone Friendly* en 1994). Média d'adolescents ou d'étudiants, une majorité de ses concepteurs se « range » avec les premiers emplois, les charges familiales, etc. La règle paraît donc simple : un fanzine est intrinsèquement condamné à disparaître relativement rapidement.

Toutefois, une fraction marginale des fanzines musicaux tente le passage au stade professionnel. Et comme la grenouille qui voulait devenir bœuf, peu survivent. *New Wave*, après 36 numéros en 9 ans, devient le magazine professionnel *Sub Rock* en 1989 (4 n° publiés), redevient *NewWave* (n°5) reprenant la numérotation arrêtée de *Sub Rock*, avant finalement de se rebaptiser *New Waves* (le S pour se démarquer du genre musical) et de passer à la gratuité pour quelques numéros [77] ; *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 ; *Octopus* annonce dans son n°14 (printemps 2002) qu'il deviendra le supplément culturel de *Mouvement* dès septembre 2002.

Une autre fraction, tout aussi marginale, perdure sous une forme proche des débuts : *MaximumRocknRoll* (USA, 1982, mensuel, 240 n°), *Abus Dangereux* (1987, Bordeaux, bimestriel, 81 n°). Le maintien des trois marqueurs de l'alternatif va-t-il de concert ? Le bénévolat de la rédaction et la subsistance sous une forme associative (en France) montre qu'une forte capitalisation n'est pas nécessaire ; le circuit de distribution parallèle est maintenu et s'est suffisamment étoffé pour assurer une bonne diffusion ; mais la régularité de parution acquise au fil du temps étant le résultat d'un gestion stricte du planning de fabrication, on pourrait dire que ces fanzines se sont « professionnalisés » dans leur processus d'élaboration : leur pérennité est bien due à l'adoption, inconsciente ou non, d'un mode de fonctionnement issu de la presse traditionnelle. Quelque part, ils se sont donc éloignés du fanzine au sens strict (on parle d'ailleurs de « prozine » aux USA pour désigner les fanzines à large diffusion et grande longévité), mais ils n'ont généralement pas de mal à justifier cet état de fait : un peu de rigueur aide la cause en augmentant le pouvoir de percussion du média.[78]

Si l'état d'esprit fanzine revendiqué et défendu par la rédaction demeure, le regard extérieur (celui des lecteurs) lui est souvent plus tranchant : dans l'*underground* musical, expansion et longévité (pour un groupe comme pour un fanzine) sont des valeurs appréhendées comme contraires à l'éthique indépendante, un fanzine qui dure est donc un fanzine qui a perdu son âme, qui a rejoint le pôle que lui-même critiquait au départ [79].

L'explosion récente d'une presse commerciale ultra spécialisée (*D-Side*, *Track List*, *Techno import*, etc.), souvent financée par de grands groupes de presse (*Elegy* et *Rage* par CPES, *Punk Rawk* par Ixo), justifie moins l'existence des fanzines porte-parole de courants musicaux marginaux puisque l'une des fonctions voire revendications premières des fanzines étaient justement d'occuper

les niches délaissées par la presse professionnelle [80]. Toutefois, l'exploitation de ces courants *underground* par le système capitaliste renforce le côté politique radical des fanzines les plus engagés. [81]

La diminution très nette des fanzines recensés par l'*Officiel de la Musique* traduit l'évolution technique d'un média qui s'est approprié un vecteur — le cyberespace — palliant en apparence deux des handicaps majeurs de la presse alternative : coûts de production et diffusion. Par ailleurs, la multiplication des titres gratuits, émanation d'associations loi 1901 (*Fanfare*, *Longueur d'ondes*, *Nouvelle Vague*), mais aussi de véritables SARL de presse (*Buzz*, *Zap 63*, *Wap, Open mag* [82]), a probablement joué un rôle dans la diminution du nombre de fanzines : concurrence quelque peu déloyale, elle professionnalise insidieusement un média qui avait l'amateurisme comme valeur originelle et raison d'être. La déjà faible lisibilité des « vrais » fanzines est encore réduite par ces nouveaux médias largement financés, via la publicité, par l'industrie du disque : il suffit de repérer les étalages de gratuits chez les disquaires pour constater que la scène de (re)présentation des fanzines traditionnels a été confisquée (squattée) et que la solution, pour bon nombre d'entre eux, est le recours à la page web. S'ajoute à cela la forte récession du nombre de disquaires indépendants [83] qui a contraint les fanzines à recentrer leur distribution vers les listes, ce qui réduit encore davantage leur lisibilité extérieure. L'illusion d'un accès plus équitable à la diffusion de l'information par le net est encore tenace, la réalité étant que l'introduction du référencement payant par les annuaires de recherches assurent aux médias commerciaux une meilleure visibilité qu'aux médias « alternatifs ». Les anneaux de site (*web rings*) restent des palliatifs rappelant les réseaux de distribution parallèles des fanzines papiers, mais la consultation des compteurs de visites montre que l'impact de ces sites, pris isolément, n'est guère plus important que leurs prédécesseurs papiers. Enfin, la surenchère qualitative du cyberespace en général ne peut être ignorée par les webzines musicaux qui ne retiendront les « surfeurs » qu'à condition d'offrir un certain degré d'ergonomie. Répondre à cette demande requiert d'emblée des compétences à caractère professionnel ou des capitaux, ce que n'exige pas le primo fanzine.

Remerciements

L'Auteur remercie Fabien Hein, Marie-Pierre Bonniol et Gérôme Guibert pour leurs remarques et conseils sur ce texte ; ce dernier également pour le prêt d'un nombre conséquent de fanzines, et Chris Atton pour les tirés-à-part.

Références bibliographiques

D'ANGELO, M. 1997. *Socio-économie de la musique en France. Diagnostic d'un système vulnérable*. La Documentation française, Paris.

ATTON, C. 1999. « A re-assessment of the alternative press », *Media, Culture and Society*, 21, p. 51-76.

ATTON, C. 2001a. « 'Living in the past' ?: value discourses in progressive rock fanzines », *Popular Music*, 20, p. 29-46.

ATTON, C. 2001b. « The mundane and its reproduction in alternative media », *Journal of Mundane Behaviour*, 2.

ATTON, C. 2002. *Alternative media*. SAGE Publications, Londres.

BANDIER, N. 1987, « L'espace social du rock », *Economie et Humanisme*, n°297, p. 53-64.

BENJAMIN, W. 1982 [1934]. « The author as producer » in F. Frascina et C. Harrison (eds), *Modern art and modernism : a critical anthology*, Londres, P. Chapman, p. 213-216.

CONWAY, S. & CROWTHER, D. 2001. « Virtual networking pre- and post-cyberspace : an assessment of the implications for social cohesion », *Studies in Social Marketing Working Paper Series* n°11.

DEBAUSSART, E. 1996. « Pavane pour la presse morte », *Rock & Folk*, hors série « 30 ans de Rock et de Folk », p. 34-45.

DUCOMBE, S. 1997. *Notes from the underground : zines and the politics of alternative culture*, Verso, Londres.

GRYNSZPAN, E. 1999. *Bruyante techno, réflexion sur le son de la free party*, Mélanie Séteun, Nantes.

GUIBERT, G. 1996. *Analyse d'un courant musical : l'indie-pop*. Mémoire de maîtrise, Nantes, 181 p.

GUIBERT, G. 1998. *Les nouveaux courants musicaux : simples produits des industries culturelles ?* Séteun, Nantes.

GUILLOT, E. 1998. *Histoire du Rock*, La Mascara France, Paris.

GUNDERLOY, M. 1988. *How to publish a fanzine*. Port Townsend, Washington.

HEIN, F. « Les fanzines rock et leurs rédacteurs en Lorraine », *ethnographiques.org*, n° 3, avril 2003. http://www.ethnographiques.org/documents/article/arHein.html [28 avril 2003]

HOLMSTROM, J. 1996. *Punk. The original*, Trans-High Publishing, New York.

LEWIS, R. 1972. *Outlaws of America. The underground press an dits context*. Hanau, Londres.

LUCAS, J.-M. 1985. « La musique rock et les 'jeunes' », *Après-demain*, 277, p.14-23.

PERRY, M. 2000. *Sniffin' Glue. The essential punk accessory*. Sanctuary, Londres.

ROWE, D. 1995, *Popular cultures. Rock Music, Sport and the Politics of Pleasure*. Sage, Londres.

RUSHKOFF, D. 1994. *Media virus. Hidden agendas in popular culture*. Ballantine, New York.

SAVEV, M. (à paraître). « Deux exemples de presse musicale jeune en France de 1966 à 1969 », *Copyright Volume !*, n°2-2003.

Le corpus de fanzines analysés est disponible à l'adresse http://www.seteun.net/volume/fanzines.htm

Notes

[1] Guibert, G. 1998. *Les nouveaux courants musicaux : simples produits des industries culturelles ?* Nantes, M. Séteun, 128 p.

[2] Debaussart, E. 1996. « Pavane pour la presse morte », *Rock & Folk*, hors série « 30 ans de Rock et de Folk », p. 34-45.

[3] Savev, M. « Deux exemples de presse musicale jeune en France de 1966 à 1969 », *Copyright Volume !*, à paraître.

[4] La *Revue de Jazz* parait être le premier fanzine consacré aux musiques non savantes : il paraît à Paris en 1920 et inspire les revues de jazz qui naîtront aux États-unis quelques années plus tard. Le *Melody Maker* naît en 1926 en Grande-Bretagne sous une forme assez semblable et se consacre également aux musiques populaires. Cependant, le premier champ culturel à avoir généré une grande quantité de fanzines est la science-fiction (*The Comet*, États-unis, 1930).

[5] Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne : réseau de distribution de la presse professionnelle en France. Les NMPP, fortes de leur quasi monopole, imposent des conditions de distribution drastiques : marge de 50%, facturation des invendus, retour sur ventes à 6 mois. Une trésorerie importante est donc nécessaire pour survivre dans ce système de distribution.

[6] Conway, S. & Crowther, D. 2001. « Virtual networking pre- and post-cyberspace : an assessment of the implications for social cohesion », *Studies in Social Marketing Working Paper Series* n°11.

[7] Pour une analyse de la presse alternative américaine à l'aube des années soixante-dix, voir Roger Lewis, 1972. *Outlaws of America. The underground press and its context*, Hanau, Londres ; plus particulièrement les chapitres 6 (« The alternative media – the underground press and its allies ») et 9 («Gimme some of that rock and roll music »).

[8] Benjamin, W. 1982 [1934]. « The author as producer » in F. Frascina et C. Harrison (eds), *Modern art and modernism : a critical anthology*, Londres, P. Chapman, p. 213-216.

[9] Atton, C. 2002. *Alternative media*. Londres, SAGE Publications.

[10] Rushkoff, D. 1994. *Media virus. Hidden agendas in popular culture*, New York, Ballantine, p. 179.

[11] Atton, C. 1999. « A re-assessment of the alternative press », *Media, Culture and Society*, 21, p. 51-76.

[12] Rushkoff, D. *op. cit.*

[13] Gunderloy, M. 1988. *How to publish a fanzine*. Port Townsend, Washington, p. 86.

[14] Atton, C. 2002, *op. cit.*

[15] Par exemple : *Anomalie* (Paris, The Cure), *Etoile Polaire* (Lannemezan, Björk), *Lively'zine* (Nantes, label Lively Art), *Tournicoti…Tournico…Pulp* (Nantes, Pulp), *Ooh Aah Paul Weller fanzine* (Londres, Paul Weller), *Shampoo You!* (Kingston, Shampoo).

[16] Atton, C. 2001. « 'Living in the past' ?: value discourses in progressive rock fanzines », *Popular Music*, 20, p. 29-46.

[17] Éditorial in *L'eskargot,* n°3, février 1994.

[18] Éditorial in *Punk System*, n°17, octobre 2000. Il est intéressant de noter que le rédacteur possède son propre schéma mental du fanzine, relativement au sien : plus grand, paraissant moins souvent, mais doté des mêmes rubriques (« structure »).

[19] Éditorial *Abus Dangereux*, n°79, octobre novembre 2002.

[20] Cette absence totale de professionnalisme qui stigmatise le fanzine naissant se perd peu à peu avec la pérennité, la

deadline étant souvent le premier caractère professionnel entrant dans le processus de production.

[21] Toutefois, l'ouvrage de Mike Gunderloy (1988) pourrait remplir ce rôle, mais on peut émettre des doutes quant à son importance effective dans le processus de création d'un primo fanzine : les conseils étant calqués sur le milieu professionnel (il suggère par exemple d'instaurer une *deadline*), ils apparaîtront ineptes pour certains, la motivation étant justement une rupture avec l'ordre établi, ses règles de fonctionnement, avec tout carcan normatif. D'autres, comme le *Start your own fanzine!* de Robert Burgess, sont généralement critiqués pour leur volonté de transformer le fanzine en une machine à profits : « *Fanzine by their very nature are spontaneous, optimistic and an essential media form, for Burgess they represent a method of making money. I deplore this attitude* […] », in *Heartland* n°3, 1989, p. 60.

[22] Situation qui évolue généralement vers une légalisation (sous forme associative) avec la pérennisation du fanzine.

[23] *Officiel du Rock* 1990, p. 241.

[24] *ibid.*

[25] Atton, C. 2001. « The mundane and its reproduction in alternative media », *Journal of Mundane Behaviour*, 2.

[26] Gunderloy, M. *op. cit.*

[27] Ducombe, S. 1997. *Notes from the underground : zines and the politics of alternative culture*, Londres, Verso, p. 6.

[28] Gunderloy, M. 1988. *op. cit.*, p. 8 ; les perzines sont très nombreux aux Etats-Unis, notamment autour des mouvances féministes ou dans les courants hard-core/straight edge, ils sont plus rares en France (par exemple, *Plus jamais malade en auto*).

[29] Par exemple, *Vivonzeureux*, ancien perzine devenu *blog* [http://perso.wanadoo.fr/vivonzeureux/]

[30] Bandier, N. 1987, « L'espace social du rock », *Economie et Humanisme*, n°297.

[31] Les rédacteurs de *Sniffin' Glue* répétaient en effet à chaque numéro que le lecteur ne devait pas se contenter de ce qu'on lui offrait à lire : « *Go out and start your own fanzines or send reviews to the established papers. Let's really get on their nerves, flood the market with punk-writing !* », *S.G.* n°5, novembre 1976.

[32] La réalité est que Mark Perry trouvait moins de plaisir à écrire et consacrait davantage de temps à jouer dans son propre groupe Alternative TV ou dans Throbbing Gristle, puis créa le label Step Forward. Il quitta *S.G.* au numéro 10, qui ne lui survécut que deux mois. Il est également vrai que la starification dont lui et son principal acolyte, Steve Mick, faisaient l'objet leur posait un problème éthique et remettait en cause leur intégrité (on reprocha notamment à Perry d'avoir écrit quelques articles pour le *Melody Maker* — voir son éditorial dans *S.G.* n°8 ainsi que Perry, M. 2000. *Sniffin' Glue. The essential punk accessory*. Londres, Sanctuary, p. 42)

[33] « C'est parfois un peu dur de concilier ça avec les études. Après des concerts, ça arrive de pas se lever le lendemain parce qu'on entend plus rien… », interview *The Gossip* in *Nantes Passion* n°4, février 1990, p. 29.

[34] Hein, F. « Les fanzines rock et leurs rédacteurs en Lorraine », *ethnographiques.org* [en ligne] n° 3 (mai 2003). http://www.ethnographiques.org/documents/article/arHein.html. [28 avril 2003].

[35] Interview du rédacteur unique de *Totalitarizm* in *Déviance* n°8, 2000, p. 17.

[36] Hein, F. 2003, *op. cit.*

[37] Éditorial de *Traverses* n°7, octobre 2000.

[38] Éditorial de *Drinking Station* n°4, octobre 2000.

[39] Mark Perry (*Sniffin' Glue* n°5, novembre 1976), je souligne.

[40] Eddy Basset dans l'édito du n°1 de *Caladeshnikov* (avril 1987). Eddy Basset anima de 1983 à 1985 l'émission

«Apunkalypse now» sur Poste 4, radio de la région lyonnaise.

[41] http://nagumo84.free.fr/capsule-inc/present.htm

[42] Guillot, E. 1998. *Histoire du Rock*, La Mascara France, Paris.

[43] Il nous faut rappeler que, pour un primo fanzine, les services de presse ne sont pas encore intégrés dans le contenu rédactionnel puisqu'inexistants. Par la suite, ces disques promotionnels vont venir diversifier le contenu éditorial mais, dans le même temps, amorcer l'aliénation éditoriale du fanzine qui se sent obligé de chroniquer les disques reçus sous peine de ne plus en recevoir. Paradoxalement, la pression des labels vis-à-vis de la chronique de leurs produits est plus forte de la part des labels indépendants que des majors.

[44] *The Gossip*, *Rhizomes.*

[45] *Bondage* (punk, Londres, 1976), *Imodium* (punk, Nantes, 2000) *Déviance* (punk, Épinal, 2000).

[46] *Autodafez* (anarcho-punk, Nantes, 1992), *Peek a Boo* (Blois, 2003).

[47] Couverture de *Démophone* n°0 (pop lo-fi, Paris, 1998).

[48] Couverture d'*Ozone friendly* n°4 (techno, Clermont-Ferrand, 1995).

[49] *Magic Mushroom* n°0 (Saint-Malo, 1991) *The Gossip* n°4 (Nantes, 1990).

[50] *Inside Susan* n°1, 1996.

[51] Bunker, *The Gossip,* Nantes (février 2003).

[52] On est, ici, à la limite du rôle médiatique du fanzine : à l'image des *Rectory Umbrella* et *Rectory Magazine* de Lewis Carroll, fanzines à tirage unique écrits et illustrés à la main qu'il concevait, adolescent, pour ses frères et sœurs, le fanzine à forte implication manuelle tend progressivement vers l'objet plastique signifiant et s'éloigne de sa fonction initiale de simple support textuel.

[53] Des initiatives de ce genre existent aussi sporadiquement dans la presse mainstream (*Les Inrockuptibles*, *Rock Sound* n°100, *Alternative Press* – qui revendique haut et fort un statut alternatif – est particulièrement coutumier du fait).

[54] *Bokson* n°5, octobre 2001.

[55] Éditorial de Matoo Watoo in *The Gossip* n°3, juin 1989. Archivé à l'adresse suivante : http://thegossip.free.fr/

[56] Voir, par exemple, les codes apparents de l'indie-pop dans Guibert, G. 1996. *Analyse d'un courant musical : l'indie-pop*. Mémoire de maîtrise, Nantes, 181 p.

[57] Lucas, J.-M. 1985. « La musique rock et les 'jeunes' », *Après-demain*, 277, p.14-23.

[58] Grynszpan, E. 1999. *Bruyante techno, réflexion sur le son de la free party*, Mélanie Séteun, Nantes.

[59] Ces idéaux-types ne sauraient obérer l'existence de contre-exemples nombreux : les fanzines pop lo-fi s'adaptent souvent aux valeurs de cette mouvance musicale où priment la spontanéité et l'absence ou la faible technicité de la production sonore (ainsi, le fanzine *L'ancolie* adopte la technique du découper-coller, n'efface pas les fautes de frappe, et la mise en page est hasardeuse, à l'image d'un premier jet non retravaillé) ; certains fanzines punks des années 2000 revendiquent parfois un souci de perfection esthétique qui peut sembler hérétique vis-à-vis des valeurs fondatrices du mouvement (interview de Marc, *Worst* dans *Dynamite*, juin 2000 : « *Nous tenions à faire quelque chose d'assez professionnel pour le fanzinat punk français* »). *Worst* est d'ailleurs un fanzine controversé par les acteurs du milieu punk (*cf.* interview du groupe Utopia dans *Déviance*, n°8), à tel point que *Beorst* serait l'anti-*Worst*, lui-même étant, par titre interposé, un anti-*Best*…

[60] Guibert, G. 1996, *op. cit.* p. 82.

[61] *Punk System*, n°17, octobre 2000, p. 11.
[62] http://www.punk-et-poissons.fr.fm/ [20 avril 2003]
[63] *Loboto's*, rock garage ; *RockCo et ses frères*
[64] *Superstars* n°1 et 2 (Nantes), *Crême Brûlée* (Fagnières) qui passe de 18 pages A5 à 40 pages A4 du n°4 au n°5 ; *Pulse* (Nantes) du format A3 (n°1) au format 12x30 (n°2).
[65] *Ran Tam Plan* n°8 annonce qu'il deviendra *Peace Warriors*, abandonnant la pop pour les musiques expérimentales et improvisées ; *Gloomy Biscuit* prend la suite de *Corduroy* après deux numéros en se recentrant sur la pop.
[66] Hein, F. 2003, *op.cit.*
[67] Parmi les plus célèbres : Mark Perry de *Sniffin' Glue* (1976-77) fonde Alternative TV, Shane McGowan rédacteur unique de *Bondage* (un numéro, décembre 1976) fonde Nipple Erectors, avant de sévir dans The Pogues.
[68] Interview dans *Déviance* n°8, 2000, p. 17.
[69] Bandier, N. *op. cit*.
[70] « *On reste ouvert aux fanzines, car c'est eux qui nous ont porté et ce sont eux qui défendent les valeurs de l'alternatif* » Helno, chanteur des Négresses Vertes, entretien personnel non publié, Nantes, 1990.
[71] Lire l'ensemble de cet éditorial à l'adresse suivante : http://unhurt.free.fr/menu/environment/index.php
[72] John Holmstrom in *Punk. The original*, Trans-High Publishing, New York, 1996, p. 4.
[73] Interview dans *Nantes Passion*, février 1990.
[74] Interview dans *Dynamite*, juin 2000.
[75] Interview dans *Punk System zine* n°17, octobre 2000.
[76] *Kérosène*, Nancy, publie 11 n° payants, disparaît deux ans puis réapparaît gratuit à Montaigu et repart à zéro en février 2003. *Pulse* devient *Pulsomatic* en changeant de format et de contenu éditorial.
[77] *New Wave* est réapparu récemment, après une pause éditoriale de plus de dix ans ; les fanzines sont éternels…
[78] Éditorial *Abus Dangereux*, n°79, octobre novembre 2002.
[79] Rowe D. 1995. *Popular cultures. Rock Music, Sport and the Politics of Pleasure*. Sage, Londres
[80] Celle-ci leur reconnaît d'ailleurs ce rôle : « *Lorsque la presse dite spécialisée ne faisant pas son boulot* [sic]*, les fanzines prennent le relais et affichent leurs spécificités* », *Punk Rawk*, n°11, mars avril mai 2003, p. 13.
[81] Les hors-séries « Punk » de *Rock Sound* furent ainsi objet de débats récurrents au sein des fanzines punks français : en substance, faut-il être pour ou contre la promotion de cette musique par un média commercial, cher de surcroît ? Le courrier des lecteurs de la presse commerciale laisse également transparaître ce malaise (cf. *Punk Rawk*).
[82] *Open Mag* est, par exemple, étroitement lié à la FNAC, tant en terme de distribution que de rédaction.
[83] Le nombre de disquaires indépendants serait passé d'environ 3000 en 1972 à moins de 250 en 1992 (Mario D'Angelo, 1997). Ces données du SNEP, partielles, témoignent d'une tendance lourde, mais ne peuvent être considérées comme totalement fidèles à la réalité : les disquaires indépendants non membres du Syndicat (beaucoup de ceux créés dans les années 90) résistent à ce recensement (G. Guibert, comm. pers., mai 2003).

Samuel ETIENNE est maître de conférences à l'Université Blaise Pascal Clermont-Ferrand II. Il enseigne dans les départements de Géographie, Tourisme et Métiers du livre.
samuel.etienne@univ-bpclermont.fr