

Consacrer la chanson
ou l'oublier :
ethnographie des
conventions de
disques

Cet article propose de s'intéresser aux modalités de consécration des disques de variétés de collection. Une enquête ethnographique menée dans plusieurs conventions de disques a permis d'analyser ces dispositifs qui mettent en relation les collectionneurs (qu'ils soient vendeurs ou acheteurs) et d'observer leurs pratiques. Nos observations font apparaître de quelles manières ce dispositif confère de la valeur à certains disques et, au contraire, en déconsidère d'autres. Cette hiérarchisation entre les œuvres se traduit par une organisation spatiale particulière des disques sur les stands, mais aussi par des opérations de classification différentes de celles proposées par les magasins de disques généralistes. Ces procédures servent à opérer une distinction entre les disques qui n'ont qu'une valeur d'usage, ceux qui méritent d'être collectionnés et ceux qui ont acquis le statut d'objets de culte. Dans ce second marché du disque, ce sont les discophiles experts qui fixent eux-mêmes la valeur des œuvres. Celle-ci dérive du support matériel (état de la pochette et du disque, esthétique...), du jeu organisé par les maisons de disques entre notoriété et rareté, mais aussi de la capacité de ces œuvres à entretenir les attachements des amateurs pour un chanteur.

[...] Attention, collectionner les disques, ce n'est pas comme collectionner les timbres, les dessous de bières ou les dés anciens. Il y a tout un monde, là-dedans, plus doux, plus sale, plus violent, plus paisible, plus coloré, plus sexy, plus cruel, plus aimant que le monde où je vis ; il y a de l'histoire, de la géographie, de la poésie, et mille autres choses que j'aurais dû apprendre à l'école – même de la musique ».

Extrait de *Haute fidélité*, (titre original : *High fidelity*) de Nick Hornby, traduit de l'anglais par Gilles Lergen, Editions Plon, Paris, 1997, p. 71

Cet article¹ propose de s'intéresser à un mode de consécration éloigné des formes les plus légitimes de reconnaissance artistique, celui des conventions de disques, et à un *menu objet de culture*, la chanson de variétés². Les conventions de disques sont des lieux mis en place par et pour des discophiles passionnés qui viennent échanger ou vendre leurs disques, participer à la reconnaissance de leur valeur et par-là même faire valoir leur statut d'experts. Ces lieux de vente et de reconnaissance des disques rassemblent principalement des amateurs de chanson de variétés. C'est à ce genre (et tout particulièrement à la chanson de variétés françaises) que nous nous intéresserons en tentant de montrer comment les conventions de disques constituent une modalité de consécration non institutionnelle (à l'inverse de celle des musées par exemple) d'une production issue des industries culturelles. Précisons tout de

suite que l'expression « *chanson de variétés* » n'a nullement pour nous le sens péjoratif que lui donnent un certain nombre de journalistes par opposition à la « *chanson à texte* », jugée comme la seule « *bonne chanson* »³. Nous l'utilisons plus largement pour désigner la chanson moderne (en opposition à la chanson de tradition orale), sous la forme où nous la connaissons aujourd'hui, depuis qu'elle est diffusée par les médias de masse (disque, radio, télévision, etc.) et à l'heure des mutations entraînées par son industrialisation, soit de la période qui va des années 1930 à aujourd'hui.

En France, la chanson de variétés françaises arrive nettement en tête des genres de musique les plus écoutés (68%), devant les variétés internationales (38%) et la musique classique (27%)⁴. Pourtant, les chercheurs qui se risquent à l'analyser sont rares. Dans un article intitulé « *On ne connaît pas la chanson* » paru en 1965, Edgar Morin rappelait que « *l'étude des phénomènes discrédités est elle-même discréditée* »⁵. « *La chanson de consommation* », comme la nomme Umberto Eco⁶, parce qu'elle relève du divertissement et de la culture de masse (et non des œuvres d'art), demeure à l'heure actuelle un objet culturel délaissé par les chercheurs. Plus exactement, les musiques populaires constituent un domaine d'étude habituellement abandonné par les

¹ Je remercie Daniel Jacobi, Jacqueline Lacotte, François Debruyne et Wenceslas Lizé pour leurs commentaires critiques et avisés de versions antérieures de ce texte.

² Cheyronnaud Jacques, *Musique, politique, religion. De quelques menus objets de culture*, Paris, L'Harmattan, 2002.

³ Notons au passage que le DEPS dans ces enquêtes sur les pratiques culturelles des Français opère, lui aussi, une distinction entre ces deux catégories.

⁴ Donnat Olivier, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008*, Paris, La Découverte/Ministère de la Culture et de la Communication, 2009.

⁵ Morin Edgar, « *On ne connaît pas la chanson* », *Communications*, 6, « *Chansons et disques* », Paris, Seuil, 1965, p. 1.

⁶ Eco Umberto, « *La chanson de consommation* », *Communications*, 6, « *Chansons et disques* », Paris, Seuil, 1965, pp. 20-33.

historiens de la musique à leurs collègues sociologues ou ethnomusicologues. Ce désintérêt se double le plus souvent d'un jugement de valeur dépréciant des musiques perçues comme non complexes ; on pense par exemple aux jugements très hostiles de Theodor W. Adorno, assimilant « musiques légères » et décadence ou dénonçant les méfaits de la standardisation et des compromissions publicitaires dans *Introduction à la sociologie de la musique*⁷. Dans le monde anglophone, les *Popular Music studies* ont contribué à revaloriser la réflexion sur les expressions musicales « illégitimes ». La musicologie francophone, elle, n'a pas développé aussi systématiquement ce type d'études⁸. L'analyse musicale demeure réservée aux musiques savantes tandis que les musiques populaires sont généralement renvoyées aux analyses culturelles, sociales, ethnologiques, rituelles, économiques⁹... Parce qu'elle présuppose que toutes les musiques devraient pouvoir être évaluées suivant les critères applicables à la musique classique, la musicologie passe souvent à côté des spécificités des musiques populaires. Comme l'a fait remarquer François Ribac : « en négligeant de faire porter leur analyse sur les disques (ce qu'ils font malheureusement aussi pour leur domaine d'étude), les musicologues se privent de la possibilité de parler de la musique telle qu'elle se joue »¹⁰.

A travers cette étude menée au sein des conventions de disques, il s'agit, au contraire, de prendre au sérieux le rôle que tient le commerce de ces disques dans l'attribution de la valeur associée à certaines chansons et de montrer comment des fans discophiles mettent en place une expertise populaire. Les travaux de Bruno Pequignot¹¹ sur le roman sentimental moderne (Harlequin, Duo), mais aussi ceux de Dominique Pasquier¹² sur les fans de la série télé-

visée *Hélène et les garçons* ont permis de montrer qu'il était possible de s'intéresser à des objets de culture non savante souvent méprisés, sans pour autant encenser ou regarder avec dédain les pratiques liées à ces objets.

Cette enquête sur les conventions de disques s'inscrit dans le cadre plus large d'un travail de thèse consacrée à la *patrimonialisation* de la chanson de variétés. Cette notion de patrimonialisation est intéressante dans la mesure où elle permet d'insister sur l'idée que le patrimoine culturel est toujours une production à partir du présent (et non un héritage qui nous est transmis). Elle désigne toujours « une transmission qui s'opère à partir de ceux qui reçoivent et non de ceux qui donnent »¹³. La question sous-jacente à celle du processus de patrimonialisation est donc celle de la valeur que nous accordons à certains objets et qui justifie leur choix et leur préservation.

Dans cette thèse consacrée à la patrimonialisation de la chanson, nous avons montré que les modalités de consécration de cette production culturelle étaient extrêmement hétérogènes : cette reconnaissance des chansons et/ou des chanteurs pouvant s'appuyer sur des formes aussi diverses que des classements et des hits parades, des jeux télévisés (*Fa Si La Chanter* ou *N'oubliez pas les paroles*), des rééditions et des intégrales, des biographies et des encyclopédies, des émissions de télévision comportant des reprises d'anciennes chansons (*Star Academy*, *A la recherche de la nouvelle star*, etc.), des films consacrés à des vedettes de la chanson (*la Môme*, film d'Olivier Dahan projeté en février 2007), des reprises d'anciens tubes par des chanteurs d'aujourd'hui mais aussi (plus rarement) des formes plus *légitimes* de consécration : des expositions temporaires, des musées¹⁴. Nous avons étudié et comparé plusieurs de ces modalités de consécration, que celles-ci relèvent de formes institutionnelles de consécration (comme la mise en musée par exemple) ou de formes profanes (comme celle des jeux télévisés ou bien celle des conventions de disques). Nous avons montré que les formes institutionnelles n'étaient pas les plus répandues mais surtout que leur existence ne remettait pas en cause celle des formes profanes. Les amateurs de productions issues des industries

⁷ Adorno Theodor W., 1994, *Introduction à la sociologie de la musique*, trad. de l'allemand par Vincent Barras et Carlo Russi, Genève, Ed. Contrechamps, 1994, [1ère éd. 1962].

⁸ Hormis les travaux d'Olivier Julien, de Christophe Pirenne et de Catherine Rudent.

⁹ Voir à ce sujet l'article d'Antoine Hennion « D'une distribution fâcheuse : analyse sociale pour les musiques populaires, analyse musicale pour les musiques savantes » paru en 1998 dans la revue *Musurgia, Analyse et Pratiques Musicales* (Vol. V, n°2, pp. 9-19).

¹⁰ Ribac François, *L'avaleur de rock*, Paris, La Dispute, 2004, p. 151.

¹¹ Pequignot Bruno, *La relation amoureuse. Analyse sociologique du roman sentimental moderne*, Paris, L'Harmattan, 1991.

¹² Pasquier Dominique, *La culture des sentiments : l'expérience télévisuelle des adolescentes*, Paris, la Maison des Sciences de l'homme, 1999.

¹³ Davallon Jean, « Comment se fabrique le patrimoine ? », *Sciences Humaines*, Hors-série n°36, 2002, pp. 74-77.

¹⁴ Bourdieu Pierre, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit, 1979.

culturelles n'attendent pas que les institutions culturelles reconnaissent la valeur de leurs objets d'*attachement*¹⁵. Au contraire, ils inventent leurs propres modalités de reconnaissance et par-là même participent à leur manière au processus de patrimonialisation de la chanson¹⁶.

Faut-il dès lors trouver un autre terme que celui de *consécration* pour décrire ces autres modalités de production de la valeur ? Le mot « *culte* », utilisé par les acteurs eux-mêmes, ne permettrait-il pas de les analyser sans nécessairement les opposer à celles qui permettent de consacrer les œuvres d'art ? Comme le soulignait déjà Philippe Leguern dans l'introduction d'un ouvrage intitulé « *Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes* » paru en 2002¹⁷, il nous semble, en effet, que ce mot n'est pas simplement une expression à la mode. Il permet d'appréhender les nouveaux modes de rapports aux œuvres médiatiques et de réinterroger les modalités de consécration culturelle de ces productions.

Pour décrire et comprendre le fonctionnement des conventions de disques et les modalités de culte des disques dans ces lieux, nous avons opté pour une approche ethnographique. Nous donnerons à lire dans ce texte quelques extraits des vignettes ethnographiques réalisées au cours de cette enquête. Celles-ci sont le fruit d'une observation participante au long cours (de 1991 à aujourd'hui) que nous avons menée avec une posture d'*aca-fan*, c'est-à-dire en tant que chercheur qui est lui-même fan¹⁸. Cette posture particulière permet de saisir les différents

aspects constitutifs de l'*attachement* des discophiles en les éprouvant nous-mêmes. De même, les villes que nous avons pu observer sont celles de nos lieux de résidences successives (Limoges, Avignon, Lille). Un travail de comparaison entre ces conventions qui se tiennent en région et celles (beaucoup plus importantes et renommées) qui se déroulent à Paris reste à faire.

S'il n'y a pas véritablement de marché structuré du disque ancien en France comme il en existe dans les pays anglo-saxons et aux États-Unis, « *où les disques ont une cote et où certains marchands ayant pignon sur rue éditent des catalogues avec des "mises à prix"*¹⁹ », des disquaires spécialisés et de nombreux collectionneurs parviennent néanmoins à offrir une seconde vie aux disques, hors de la consommation immédiate dans laquelle s'inscrit habituellement l'industrie musicale.

Nous aurions pu choisir de nous entretenir avec certains de ces collectionneurs (rencontrés grâce à des connaissances ou à des disquaires spécialisés dans les disques d'occasion) et reconstituer verbalement avec eux leur circulation, mais cette méthode ne nous aurait pas permis de les observer en situation. Les conventions de disques, parce qu'elles réunissent les différents acteurs de ce second circuit du disque dans un même espace-temps et offrent ainsi une grande visibilité des pratiques des discophiles nous ont paru être une entrée plus riche. C'est donc à partir de ces *lieux pratiqués* que nous avons tenté de mettre au jour les modalités de culte des disques de variétés de collection²⁰.

Les observations que nous avons faites mais aussi les entretiens informels que nous avons menés avec différents organisateurs, vendeurs et acheteurs font apparaître de quelles manières ce dispositif confère de la valeur à certains disques et, au contraire, en déconsidère d'autres. Nous montrerons, tout d'abord, que cette hiérarchisation entre les œuvres se traduit par une organisation spatiale particulière des disques sur les stands, mais aussi par des opérations de classification différentes de celles proposées par les magasins de disques généralistes. Par leur configuration, les conventions opèrent des classements et les amateurs une sélection stricte entre ce qui mérite

¹⁵ Le mot *attachement* doit être entendu au sens que lui donne Antoine Hennion (« Une sociologie des attachements. D'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur », *Sociétés*, n°85, 2004, pp. 9-24). Ce terme, que le sociologue semble désormais préférer à celui de goût, a retenu notre attention dans la mesure où il contient l'idée d'interactions entre objet goûté et goûteurs. Comme l'explique Hennion, « *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* » (*ibid.*, p. 11). L'*attachement* est envisagé ainsi comme une activité réflexive et une co-production en situation.

¹⁶ Dalbavie Juliette, *La patrimonialisation de la chanson, entre musée et mémoire collective. L'exemple de Georges Brassens à Sète*, Thèse en sciences de l'information et de la communication, (sous la dir. de E. Ethis et D. Jacobi), Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, 2008.

¹⁷ Le Guern Philippe (dir.), *Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2002.

¹⁸ Jenkins Henry, *Textual Poachers. Television fans and participatory culture*, Londres, Routledge, 1992.

¹⁹ Caron Alfred, « France, ton patrimoine discographique f... le camp », *Ecouter voir*, 63, 1997, p. 23.

²⁰ De Certeau Michel, 2005, *L'invention du quotidien 1. Arts de faire*, Paris, Gallimard, 2005, [1980], p. 173.

d'être conservé et ce qu'il faut oublier. Puis, nous verrons que la production de la valeur dans ces lieux est éminemment complexe : elle tient tout autant au support qu'à l'artiste ; elle est produite par des fans-experts mais peut être également suscitée par les maisons de disques, les événements médiatiques ou encore les argus discographiques qui y circulent.

Les conventions de disques : le marché secondaire du vinyle

Les conventions de disques peuvent porter différents noms : « Salon du disque », « Bourse aux disques », « Foire aux disques », « Fête du disque, du CD, du DVD et de la BD », « Marché aux disques », « Journée du disque », « Festival BD Disque », « Brocante Musicale » (abrégé parfois en « Broc'n'roll » ou « Broc'music »)... Dédiées au disque sous toutes ses formes (mais parfois aussi associées à la bande dessinée) et présentes dans de nombreux pays (Angleterre, Allemagne, Etats-Unis, Belgique, Suisse, Finlande, Canada, etc.), ces conventions sont le lieu de rencontre des professionnels et des passionnés de disques.

Elles permettent aux collectionneurs de trouver des « perles rares » parmi des milliers de disques rassemblés dans un même espace. Elles offrent également la possibilité aux simples amateurs de disques de trouver des disques neufs ou d'occasion à des prix intéressants. Les exposants sont des disquaires spécialisés (faisant essentiellement de l'occasion) ou des collectionneurs amateurs qui s'acquittent des frais de location d'un ou de plusieurs stands. La plupart des conventions de disques autorisent également les collectionneurs non-exposants à rentrer avec leur paquet de disques pour les échanger ou à les vendre. C'est en général, pour eux, l'occasion de faire jouer la concurrence entre les différents exposants ou de se faire une idée plus précise de la valeur de leurs disques.

Ces manifestations sont souvent payantes (2 ou 3 euros) et durent une ou deux journées. Installées dans les salles des fêtes, les parcs d'expositions ou dans les centres culturels, elles peuvent être organisées par des associations de collectionneurs, des associations culturelles, des fan-clubs, ou bien par le comité des fêtes de certaines villes, le service culturel des mairies, les offices de tourisme, les médiathèques, voire par des radios ou des magazines spécialisés (comme *Jukebox Magazine*²¹ par exemple).

Selon le recensement opéré par le site « CD and LP »²² en 2008, ces conventions de dimension nationale ou internationale (rassemblant des exposants français et étrangers) seraient d'environ 50 par an sur le territoire français. Le nombre d'exposants est variable d'une convention à l'autre : les petites manifestations rassemblent en général de 10 à 50 exposants tandis que les grandes réunissent 50 à 100 exposants. Les plus importantes ont lieu chaque année en janvier, mars et octobre à l'*Espace Champerret*, à Paris : le CIDISC (Convention Internationale des DISques de Collection), organisée par *Jukebox Magazine* et *Nostalgie*, regroupe plus de 150 exposants, professionnels ou amateurs, de France ou de l'étranger pendant deux jours sur 3400 m². Les 19 et 20 janvier 2008 se tenait ainsi la 62^{ème} édition du CIDISC, organisé pour la première fois en 1984.

Tous les genres musicaux sont concernés : rock'n'roll, rhythm'n'blues, soul, hard rock, métal, reggae, jazz, classique, etc. Seul le rap semble peu présent dans ce type de manifestations. Au contraire, il faut noter la surreprésentation des variétés (et en particulier des variétés françaises) par rapport aux autres genres. L'éclectisme des genres proposés s'explique en réalité par le fait que, dans ce type de dispositif, l'entrée se fait d'abord et avant tout par le disque en tant que support privilégié de la musique.

²¹ *Jukebox* est un magazine mensuel qui s'adresse aux passionnés de musique et plus particulièrement aux collectionneurs de disques. Le magazine est né en septembre 1984, à la suite du succès de la première Convention Internationale des DISques de Collection (CIDISC). Chaque mois, il traite de l'actualité du disque et des artistes par des brèves, des articles, des interviews, des cotations et des chroniques. Il propose également une rubrique « petites annonces » destinée aux collectionneurs ainsi qu'un recensement des différentes conventions de disques. Le magazine édite des numéros spéciaux entièrement consacrés à l'argus des 33 tours et 45 tours français et étrangers (« Les 200 disques les plus rares », « Les super 45 tours français vol. 1 a à c rock, twist, pop », etc.). Par ailleurs, l'équipe de rédaction participe à la conception et la rédaction de livrets d'intégrales, de coffrets ou de compilations... Cette information est extraite du site du magazine consultable à l'adresse suivante : http://www.jukeboxmag.com/presentation_jukeboxmag.cfm?lng=1 (site consulté le 3 janvier 2008).

²² Le site « CD and LP » est en quelque sorte une convention de disques en ligne. En effet, ce site est spécialisé dans la vente et l'achat de disques de collection, d'occasion ou neufs en CD, vinyles, 33 tours, 45 tours, etc. Il est consultable à l'adresse suivante : <http://www.cdandlp.com/> (Site consulté le 15 mars 2008). Notons qu'on trouve souvent des affiches faisant référence à ce site dans les conventions de disques.

Si les exposants proposent principalement des disques vinyles (en 78 tours, 45 tours, maxi 45 tours ou 33 tours) et des disques compacts (single, maxi single ou albums) neufs ou d'occasions, on peut trouver également des cassettes vidéos, des DVD, des magazines spécialisés (*Jukebox Magazine*, *Platine*²³, *Salut Les Copains*, etc.), des revues dont la une et/ou un article sont consacrés à une vedette, des fanzines, des partitions, des biographies, voire même des pin's, des tee-shirts et différents supports de *merchandising* à l'effigie d'une idole. Des platines

vinyles sont également mises en vente ou bien simplement mises à disposition des acheteurs potentiels qui souhaiteraient vérifier la qualité sonore d'un disque. Dans les conventions de taille importante comme celles organisées à Paris par des médias spécialisés, des séances de dédicaces organisées avec des artistes et diverses expositions peuvent également être proposées aux visiteurs.

Dans ce second marché du disque, les prix ne sont plus fixes et quasi identiques ; au contraire, ils peuvent varier de 50 centimes d'euros jusqu'à

Samedi 3 janvier 2004, ancienne caserne des pompiers, Avignon (extrait)

Il est 11h00. Les rues d'Avignon sont quasi désertes en ces lendemains de fêtes de fin d'année. Seule l'ancienne caserne des pompiers, située rue Carreterie, semble un peu plus animée. L'association Sonorama organise, en effet, ce week-end un salon du disque de collection.

Jean-Paul, 33 ans, posté dans l'entrebâillement de la porte, accueille les visiteurs avec le sourire. Disquaire dans le Var, c'est lui qui veille au bon déroulement de cette douzième édition du salon. Il espère attirer 2000 personnes tout au long de ce week-end.

Cette année, le salon réunit douze stands soit environ 100 000 disques proposés au public. Loués au mètre, ces stands sont tenus par des disquaires spécialisés mais aussi par des amateurs. Ils sont arrivés dès 7 heures, et comme les antiquaires, avant ouverture au public, ils ont fait leur propre marché, entre eux. La plupart des exposants sont en effet eux-mêmes des collectionneurs qui ont fait de leur passion leur métier. Ici, ils sont presque en famille : la majorité d'entre eux, professionnels ou amateurs, résident dans la moitié sud de la France. Ils se croisent donc souvent dans les différentes conventions de disques organisées localement.

Depuis 9h30, ils sont en place, prêts à accueillir les premiers visiteurs et, pour attirer l'œil des collectionneurs, ils n'ont rien laissé au hasard. Sur

chacun des stands, l'emplacement des disques est stratégique mais aussi signifiant de la valeur de ces derniers. Accrochés au mur, les disques des artistes les plus recherchés sont exposés dans des pochettes plastifiées. Sur le stand de Michel, venu de Grenoble, les premiers 45 tours de Mylène Farmer ou ceux de Johnny Hallyday, occupent par exemple la meilleure place. Les disques un peu plus accessibles financièrement ou d'un moins bon état sont, quant à eux, présentés dans des bacs en bois ou en plastique posés sur une table à l'avant du stand. Si l'on balaie du regard les étiquettes du stand de Michel, les artistes des sixties semblent être des valeurs sûres. Enfin, de grands bacs en bois posés loin des stands ou à même le sol accueillent les disques les moins prisés par les collectionneurs. Les 45 ou 33 tours jugés trop communs qu'il s'agisse de ceux de Dalida, de Joe Dassin, ou du groupe Il était une fois, ou bien ceux dont le chanteur n'a connu qu'une notoriété médiatique limitée dans le temps comme ceux de Christian Adam, sont ainsi cédés aux amateurs de disques pour 50 centimes d'euros.

A l'heure du téléchargement de la musique sur Internet et des baladeurs mp3, ces exposants ne semblent pas craindre la concurrence d'Internet. Pour Michel, « un disque, ça s'écoute, ça se touche et ça se regarde ».

²³ *Platine* est un magazine mensuel consacré à la chanson de variétés françaises. Créé en avril 1992 par et pour des passionnés de chansons, il propose des interviews de chanteurs ou de professionnels de la chanson, des reportages, des dossiers, des

posters ainsi que des discographies. Par ailleurs, l'équipe de rédaction participe à la conception de compilations, de rééditions ou de coffrets pour les maisons de disques.

5000 euros en fonction de l'état du disque et de sa pochette mais aussi des chansons et des artistes recherchés. Selon Jacques Leblanc, rédacteur en chef du magazine *Jukebox*, la plus belle vente réalisée en France serait celle d'un Maxi 45 tours des Beatles ayant atteint la somme de 4500 euros²⁴. Les artistes francophones les plus collectionnés actuellement seraient Johnny Hallyday, Mylène Farmer, Sylvie Vartan, Serge Gainsbourg, Sheila, Françoise Hardy, Eddy Mitchell, Dalida, Michel Polnareff, Vanessa Paradis, Jean-Michel Jarre, Céline Dion... Du côté des artistes étrangers, il s'agirait d'Elvis Presley, des Rolling Stones, des Beatles, des Pink Floyd, de Jimi Hendrix, de David Bowie, de Queen, d'Abba, de Michael Jackson, de Madonna, de Nirvana, et d'Oasis...

Classement, organisation spatiale et hiérarchie des valeurs

Dans un article intitulé « Jeu télévisé et culture populaire : le cas de la chanson », nous avons montré que le jeu télévisé *Fa-Si-La chanter* constituait une forme de contribution (ludique) à la consécration de la culture chansonnière ayant pour caractéristique de mettre toutes les œuvres musicales sur le même plan²⁵. Contrairement à ce dispositif, les conventions de disques hiérarchisent fortement les

chansons entre elles en opérant une sélection stricte entre trois grandes catégories de disques : ceux qui n'ont qu'une valeur d'usage, ceux qui méritent d'être collectionnés et ceux qui ont acquis le statut d'objets de *culte*.

Dans les conventions de disques, la hiérarchie entre les chansons se traduit tout d'abord par une organisation spatiale particulière des disques sur les stands. De même que la une d'un journal donne à lire la hiérarchisation de l'information opérée par une équipe de rédaction, les foires aux disques donnent à lire, sur chacun des stands, la hiérarchisation des chansons opérée par les exposants. Ces derniers choisissent avec soin l'emplacement des disques car la position de ces derniers au sein du stand est toujours signifiante.

Les « perles rares » du moment sont mises en exposition dans des pochettes plastifiées accrochées en hauteur derrière le stand, tandis que les disques un peu plus accessibles financièrement ou d'un moins bon état sont, quant à eux, présentés dans des bacs en bois ou en plastique posés sur une table à l'avant du stand. Enfin, les disques peu recherchés sont généralement placés sur des tables en marge du stand ou cantonnés dans des bacs posés à même le sol. Contrairement au mode d'exposition retenu par les grands magasins musicaux ou les disquaires spécialisés, cette visibilité de la pochette ne vient



(Photos : Juliette Dalbavie, Avignon, 03/01/2004)

La valeur des disques se donne à lire en fonction de leur emplacement sur le stand : à gauche, les « collectors » sont exposés entièrement au regard des collectionneurs tandis qu'à droite, les simples « drouilles »²⁶ entassées dans des bacs en marge du stand sont cédées à 50 centimes.

²⁴ Cette information est extraite du site du magazine consultable à l'adresse suivante : http://www.jukeboxmag.com/presentation_jukeboxmag.cfm?lng=1 (site consulté le 3 janvier 2008).

²⁵ Dalbavie Juliette, Jacobi Daniel, « Jeu télévisé et culture populaire : le cas de la chanson », *MEI*, n°18 « jeux, médias, savoirs », 2003.

²⁶ Se dit d'un disque jugé sans valeur.

pas signer le caractère nouveau de l'œuvre musicale mais la dimension culte d'une chanson²⁷. D'une convention à l'autre, on retrouve une organisation des stands relativement proche, mettant en valeur des produits semblables. Une étude rapide des panneaux d'exposition accrochés à l'arrière des stands, faite dans plusieurs conventions de disques, permet rapidement de connaître les tendances précises du moment. Au fil des allées et des stands, idoles disparues et actuelles s'exposent grâce au grand format offert par les pochettes des vinyles d'occasion ou neufs.

Cette hiérarchisation des disques se traduit également par des opérations de classification assez différentes de celles mises en place par les grandes enseignes de la distribution du disque²⁸ (Jaujou, 2002). Emile Durkheim et Marcel Mauss ont expliqué que « classer les choses, c'est les ranger en groupes distincts les uns

des autres, séparés par des lignes de démarcation nettement déterminées »²⁹. Les étiquettes apposées au-dessus des bacs de disques et dont la fonction est de guider le regard du discophile servent ainsi à opérer une sélection drastique entre les artistes dignes d'être collectionnés et les autres. Les premiers sont identifiés par leur nom et ont un emplacement réservé tandis que les seconds apparaissent au mieux sous une catégorie « fourre-tout » de type « chanteurs yé-yé », « 45 tours » ou « 3 euros » voire sont complètement absents des conventions de disques.

Mais, comme nous le rappellent Mauss et Durkheim, opérer un classement ce n'est pas seulement constituer des groupes, c'est également disposer ces groupes suivant des « relations très spéciales »³⁰. En fait, les classements qu'opèrent les collectionneurs donnent à voir et à lire leurs *attachements* aux différents disques.



(Photos : Juliette Dalbavie, Avignon, 03/01/2004)

Les étiquettes apposées au-dessus des bacs de disques, en opérant une sélection drastique entre chanteurs dignes d'être collectionnés et ceux qu'il faut oublier, donnent à lire les attachements des collectionneurs.

²⁷ François Debruyne, dans une enquête ethnographique consacrée aux disquaires spécialisés, montre que, dans ce genre de lieu, les *djs* sont très représentés parmi la clientèle et que donc l'économie de la nouveauté est au cœur de l'attention des gérants. Les nouveaux disques sont ceux dont ils exposent en priorité la pochette tandis que les disques plus anciens sont rangés dans les bacs. Cette sémiologie n'est pas valable dans les conventions de disques. Cf. Debruyne François, « Le disquaire et ses usagers. Du magasin au site Web », *Communication & langages*, 2012, pp. 49-65.

²⁸ Jaujou Nicolas, « Comment faire notre Musique du monde ? » Du classement de disques aux catégorisations de la musique,

Cahiers d'études africaines, vol. 4, n°168, 2002, pp. 583-873.

²⁹ Durkheim Emile, Mauss Marcel, « De quelques formes primitives de classification. Contribution à l'étude des représentations collectives », in Mauss Marcel, *Essais de sociologie*, Paris, Minuit, 1971, [1ère éd. Année sociologique, 6, 1903], p. 163.

³⁰ Durkheim Emile, Mauss Marcel, « De quelques formes primitives de classification. Contribution à l'étude des représentations collectives », *art. cit.*, p. 166.

Certaines étiquettes trahissent même les parentés et/ou les filiations que construisent certains exposants-collectionneurs. Claude François et Sheila peuvent ainsi être réunis sous une même famille que l'on imagine être celle des « jéjés ». Une étiquette réunissant Michel Sardou et Renaud peut paraître plus surprenante et cocasse *a priori* lorsque l'on connaît les positions politiques de chacun de ces chanteurs. Après un peu d'étonnement ou un léger sourire, les acheteurs experts en concluent que ce qui les réunit est certainement la catégorie plus large des « chanteurs politiques ». De même, certaines étiquettes peuvent rassembler des chanteurs de diverses générations comme Brassens et Bénébar (sous entendant ainsi une filiation entre les deux artistes que l'on peut également trouver classés explicitement sous la catégorie « chanteurs à texte » sur un autre stand). Enfin, les étiquettes apposées sur les bacs de disques peuvent, au contraire, traduire le caractère exclusif de l'attachement à un chanteur : aucun autre nom de chanteur ou de chanteuse n'accompagne jamais celui de Johnny Hallyday ou de Mylène Farmer sur une étiquette, par exemple.

Ce qui fait le prix et la valeur d'un disque de variétés reconnu comme objet de culte

Ce second marché du disque que constituent les conventions de disques a ceci de comparable avec le secteur de l'art contemporain que les fonctions d'expert et d'appréciateur y sont indissociables³¹. S'il revient aux commissaires-priseurs d'assurer ce double rôle sur le marché de l'art contemporain, dans les conventions de disques, ce sont les disco-philes experts (qu'ils soient vendeurs ou acheteurs, amateurs ou professionnels du disque) qui évaluent conjointement la valeur culturelle et la valeur marchande des chansons. Lorsqu'ils parlent de « la valeur » d'une chanson, il faut donc toujours entendre ce terme au double sens de valeur culturelle et de valeur financière. Dans les conventions de disques, la valeur marchande des disques est toujours un indice de leur construction comme objet de culte.

Cette question de la valeur est au centre de leurs préoccupations et de leurs discussions : comment savoir si sa collection s'arracherait à prix d'or, ou

au contraire n'intéresserait personne ? Cette valeur souvent réduite aux termes « la cote » ou « l'argus » est loin d'être simple à définir. Même si elle s'appuie en partie sur des critères précis comme l'état du disque et de sa pochette, son esthétique (*picture-disc*³², beauté des pochettes de 45 tours ou 33 tours par rapport à celles miniaturisées des CD) ou sa rareté (édition numérotée, pressage étranger, support promotionnel, etc.), d'autres aspects moins immédiatement identifiables entrent en jeu.

La valeur comme produit du jeu entre notoriété et rareté : l'exemple des collectors

Elle dérive des caractéristiques matérielles du disque ainsi que de sa rareté mais ne se réduit jamais à ces deux seuls aspects. En effet, même si un petit groupe ne sort que quinze maxi 45 tours promotionnels numérotés, avec disque transparent, ce disque aura du mal à trouver acquéreur à un euro dans un dépôt-vente ; alors qu'un disque des Beatles vendu à plusieurs millions d'exemplaires pourra valoir très cher, car il y a davantage de fans que de disques disponibles (beaucoup de personnes les gardent, on en trouve donc peu sur le marché de l'occasion).

En réalité, dans le cas de la chanson de variétés, il existe un rapport complexe entre notoriété médiatique et rareté souvent bien compris par les maisons de disques qui multiplient les éditions limitées des disques des chanteurs à succès. Ces pressages particuliers sont aussi appelés collectors. Ces derniers se distinguent des CD (ou des vinyles) standards par leur contenu et/ou leur forme mais aussi par leur prix plus onéreux. Parfois, ils offrent une chanson ou un remix inédit, et souvent leur jaquette (ou leur pochette) est différente. Numérotées et limitées (en général de 3000 à 5000 exemplaires), ces éditions se distinguent des supports standards par leur prix mais aussi par un « plus » ou par un détail qui permet d'instaurer une complicité feinte avec les amateurs. Il apparaît ainsi que l'organisation de la rareté artistique n'est pas seulement le fait des œuvres consacrées sur le modèle du chef d'œuvre ancien³³.

³² Un « *picture-disc* » est un disque comportant une image incrustée sur l'une et/ou l'autre des deux faces. Cette image peut être de couleurs et de formes variées.

³³ Notons toutefois que cette organisation de la rareté n'est pas spécifique à l'univers de la chanson. On la retrouve plus largement dans les productions issues des industries culturelles. Emmanuel Ethis montre ainsi à propos des œuvres cinématographiques

³¹ Moulin Raymonde, Quemain Alain, 1993, « La certification de la valeur de l'art. Experts et expertises », *Annales, Economies, Sociétés, Civilisations*, n°6, 1993, p. 1440.

Si des artistes comme Mylène Farmer ou Johnny Hallyday, classés parmi les plus gros vendeurs de disques aujourd'hui, font aussi partie des plus collectionnés actuellement en France³⁴, c'est en partie parce que depuis le début de leur succès médiatique et commercial, ils proposent à leurs fans discophiles des éditions limitées. La volonté de ces artistes ou des professionnels qui les conseillent est ainsi de toujours plus individualiser la relation entre star et amateurs. Ces collectors apportent des informations supplémentaires à ces amateurs qui de fait, les mettent dans une position de spécialistes à qui l'on propose des versions inédites ou à qui on confie les secrets de la phase de conception. Par exemple, le coffret limité de l'album *L'autre* de Mylène Farmer contient un morceau de la pellicule du clip *Désenchantée*. Le clip de la chanson *Je te rends ton amour*, lui aussi en édition limitée, est accompagné d'un magazine contenant photos du tournage et extraits du story-board. Grâce aux collectors, ces chanteurs et leur maison de disques donnent ainsi une place particulière à cette catégorie d'acteurs dont ils ont saisi l'importance : les discophiles sont le plus souvent des fans qui, par leurs webzines, leurs échanges sur les réseaux sociaux, la rédaction de biographies non officielles, la création de magazines, etc. se révèlent être des médiateurs très efficaces, pour ne pas dire des promoteurs de notoriété médiatique, d'autant plus importants que le chanteur ou la chanteuse auquel/à laquelle ils sont attachés n'a pas d'actualité ou se fait volontairement absent(e) des médias. Sans

graphiques que ce résidu culturel qu'est l'*aura* (au sens de Walter Benjamin), loin d'avoir disparu avec la reproductibilité des œuvres, est aujourd'hui revigoré par des supports comme le DVD et leurs suppléments, les bonus. Sur ce point cf. Ethis Emmanuel (dir.), *Aux marches du palais. Le Festival de Cannes sous le regard des sciences sociales*, La Documentation Française, 2001, pp. 212-214. De même, Philippe Le Guern, dans son étude sur les fans de la série télévisée *Le Prisonnier*, a montré l'existence d'un marché des *collectors*. Le Guern Philippe (dir.), *Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2002.

³⁴ A noter que la dimension culte attribuée à certains disques s'acquiert parfois de manière indirecte. C'est ainsi que des chanteuses comme Alizée ou Robert sont très souvent collectionnées parce qu'elles gravitent autour de l'univers de Mylène Farmer. En effet, la chanteuse a signé les premières chansons d'Alizée. Quant aux chansons de Robert, elles partageraient, selon les fans de Mylène Farmer, certains traits de ressemblance avec celles de leur idole. Lors d'une interview, Mylène Farmer avait elle-même évoqué son intérêt pour l'univers de cette autre chanteuse.

pouvoir le vérifier par des chiffres précis, il existe ici indéniablement des mécanismes de renforcement réciproque : les disques des artistes qui se vendent le mieux sont les plus collectionnés et en retour, les disques des artistes les plus collectionnés sont ceux qui se vendent le mieux.

Une valeur également indexée à la carrière de l'artiste

Mais pour que ce cercle vertueux soit entretenu, les nouveaux disques de l'artiste, mais aussi ses prestations médiatiques, doivent continuer à séduire les publics et en particulier ce noyau dur que constituent les fans. Un nouvel album qui ne serait pas à la hauteur de leurs espérances ou une prestation médiatique ratée auraient non seulement des effets sur les ventes de disques de l'album concerné mais entraîneraient également une baisse générale de la valeur des disques collectionnés. Cette dernière peut ainsi varier selon les périodes. L'impact d'événements médiatiques tels que le décès d'un Beatles, le drame autour de Bertrand Cantat de Noir Désir en 2003, la sortie d'un nouveau disque, d'une compilation, ou d'un spectacle remettant au goût du jour certains chanteurs peuvent entamer ou renforcer la notoriété médiatique d'un chanteur et par conséquent changer la valeur d'un disque de collection. Après la disparition d'un chanteur, la capacité à entretenir cette notoriété médiatique est également déterminante, que celle-ci passe par des émissions hommage à..., des compilations, des biographies, des films, des médiations mises en place par les ayant-droits ou par les fans eux-mêmes, etc. On voit ainsi que la valeur d'un disque de collection est tout autant liée aux caractéristiques du support, au succès médiatique de la chanson elle-même (ou de l'album de chansons) qu'à la carrière du chanteur qui lui donne vie.

La valeur des disques de collection insensible aux critiques des journalistes musicaux

Il faut noter au passage que ces deux artistes les plus collectionnés en France que sont Johnny Hallyday et Mylène Farmer ont longtemps été les plus critiqués par les journalistes musicaux (même si leur carrière au long cours a atténué quelque peu les critiques ces dernières années, surtout dans le cas de Johnny). La valeur des disques de collection semble

ainsi assez peu sensible aux avis de ces critiques. La distinction qu'ils utilisent habituellement entre *chanson de variétés* et *chanson à texte* n'est d'ailleurs d'aucune utilité pour comprendre la hiérarchisation des chansons entre elles dans les conventions de disques. Elle sert au mieux à construire des filiations entre chanteurs, comme nous l'avons montré précédemment.

Plus largement, la chanson de variétés est un genre musical où la critique journalistique a sans doute moins de poids que dans d'autres (jazz, musique classique, etc.)³⁵. Les critiques positives ou négatives semblent avoir un impact limité sur les ventes. Par conséquent, il peut être logique que les critiques journalistiques n'aient pas plus de poids sur ce second marché que constituent les conventions de disques.

La construction d'une expertise musicale populaire

Il serait faux également de croire que la rareté est toujours stratégiquement organisée par les majors ou qu'il suffit de diffuser les disques en édition limitée d'un artiste qui connaît un succès médiatique et commercial pour que ces supports deviennent automatiquement des disques *cultes*. Ce qui fait la valeur d'un disque, c'est non seulement sa rareté qui peut tenir parfois à une particularité non intentionnelle (erreur d'impression sur la pochette ou pressage étranger par exemple) mais c'est aussi et surtout sa propension à raconter l'histoire de la carrière de l'artiste collectionné. Les disques que les amateurs considèrent comme cultes sont ceux qui ont aussi une *valeur historique*³⁶. Cette valeur, ils ont apprise à la reconnaître en s'appuyant sur leurs connaissances pointues de la discographie et de la biographie de leur star.

Dimanche 13 novembre 1994, Parc des expositions, Limoges (extrait)

Je suis en train de chercher des disques dans un bac lorsque j'assiste à une conversation entre deux discophiles passionnés de Mylène Farmer positionnés près du même stand que moi. Le premier, vraisemblablement plus aguerri, explique au second comment distinguer et dater précisément les deux pressages de la chanson *Libertine* en s'appuyant sur la photo présente sur la pochette. En les écoutant, j'apprends ainsi que les dates inscrites sur les pochettes (de même que le nom des maisons de disques ou des labels) ne sont généralement d'aucune aide pour connaître l'année de pressage d'un disque. Celles-ci précisent simplement l'année d'enregistrement des titres ou la première date de sortie du disque. Il faut dans la majorité des cas, pour déterminer l'année de pressage d'un disque, s'en remettre à d'autres indices. Si l'année de sortie de la chanson (1986) est identique sur les deux pochettes, l'artiste apparaît vêtue d'une veste orange sur la première tandis qu'elle porte une tenue d'homme, un revolver à

la main et a les cheveux teints en roux pour la première fois sur la seconde. En fait, les amateurs de la chanteuse savent que ce second « look » fait référence au personnage qu'elle incarnait dans le clip qui accompagnait le lancement de la chanson et pour les besoins esthétiques duquel Mylène Farmer avait accepté de se teindre les cheveux sur les conseils de son manager de l'époque. Grâce à ce court métrage de près de 11 minutes, la chanson est devenue un tube et la carrière de Mylène Farmer, entamée deux ans auparavant, a été véritablement lancée. Le succès médiatique et commercial remporté par cette chanson et par le personnage de *Libertine* qu'elle incarnait dans le clip éponyme a marqué un tournant dans la carrière de la chanteuse dans la mesure où il a fixé les traits de caractère et le « look » du personnage Farmer. Dès lors, elle n'a pu se défaire totalement de ce « look » et en particulier de cette couleur de cheveux devenue en quelque sorte son emblème.

³⁵ A ce sujet, voir : Beuscart Jean-Samuel, Mellet Kevin, *Promouvoir les œuvres culturelles*, Paris, Ministère de la Culture - DEPS, 2012. Dans le chapitre I, les auteurs font une revue de littérature sur l'impact de la critique, de la publicité et du bouche-à-oreille. Ils concluent que « si nul ne conteste que les produits culturels sont incertains, il est probable que cette incertitude ne se

posent pas de la même manière pour tous les acteurs et pour tous les types de produits et qu'en conséquence, les acteurs mettent en œuvre des stratégies variées selon les situations. » (p. 41).

³⁶ Riegl Aloïs, *Le Culte moderne des monuments : Son essence et sa genèse*, Trad. de l'all. par Daniel Wiczorek Paris, Seuil, 1984, [*Der moderne Denkmalkultus*. 1re éd. Vienne-Leipzig. 1903], p. 43.



(Photos : Juliette Dalbavie, Lille, 15/01/2011)

A gauche, la première pochette du 45 tours de la chanson « Libertine » de Mylène Farmer parue en 1986. A droite, la seconde pochette parue quelques mois plus tard. La première surnommée « veste orange » par les discophiles se vend entre 45 et 80 euros selon son état. Le prix de la seconde, baptisée « Revolver », oscille entre 1 et 20 euros. Si la première pochette est plus rare que la seconde, sa valeur tient également au fait qu'elle permet aux discophiles de raconter l'histoire de la carrière de l'artiste et plus particulièrement son passage du statut de chanteuse à celui de star.

Ce sont donc des détails précis, celui de la couleur de cheveux de la chanteuse et celui de sa tenue, qui permettent aux collectionneurs de distinguer deux périodes : celle d'avant et celle d'après son succès populaire. Le prix et la valeur de ces disques sont totalement différents en fonction de ces deux périodes. En effet, ceux où la chanteuse apparaît avec les cheveux roux ont été vendus en grand nombre pour la plupart, tandis que ceux où elle a les cheveux châtain sont devenus, à la suite de son succès, des raretés (y compris les chansons qui avaient essuyé un échec médiatique en leur temps³⁷). Les discophiles expérimentés distinguent donc les deux pochettes de *Libertine* : la première est surnommée « veste orange » tandis que la seconde est habituellement baptisée « revolver ». Le 45 tours « veste orange » se vend entre 45 et 80 euros selon son état, tandis que le prix du 45 tours « revolver » oscille entre 1 et 20 euros.

Couleurs, épaisseur de carton, mixage, photos différentes d'une pochette à une autre, fautes d'imprimerie ou d'orthographe, numéros de matrice, etc., sont autant de variantes et donc d'indices dont le collectionneur tient compte lors de l'estimation de la valeur d'un disque. Ce sont les collectionneurs eux-mêmes qui, au fil des années, ont découvert ces astuces qui permettent de « lire » les disques, de comprendre les pochettes et de déchiffrer les codes et les références. Une connaissance fine de la biographie de l'artiste est un atout précieux dans ce cas-là.

Les disques cultes, comme celui présenté dans l'encadré, tirent leur valeur de cette capacité à ra-

conter une carrière. La possession de ces disques ayant une valeur historique, la compétence des discophiles à les lire permettent à ces derniers d'asseoir leur statut d'experts parmi les fans. Ce qui permet d'être placé en haut de la hiérarchie des fans, c'est non seulement le fait de détenir ces exemplaires rares et coûteux, mais c'est aussi la capacité à les lire, à les faire parler et même éventuellement à y mêler son histoire personnelle (souvenirs de la première écoute ou de certaines de ses écoutes). Les disques cultes, en plus d'être rares et/ou d'avoir une qualité esthétique, sont donc ceux qui permettent également de faire valoir son expertise et d'obtenir ainsi un statut particulier dans ces microsociétés très hiérarchisées que constitue le monde des fans.

³⁷ La chanson « *On est tous des imbéciles* » est de ce point de vue là tout à fait intéressante. Elle n'a jamais rencontré de succès médiatique en son temps (1985) ni *a posteriori* (la chanson n'a jamais été réenregistrée ou chantée lors de concerts, contrairement à certaines des premières chansons de l'artiste). Néan-

moins, du fait même de son échec médiatique (l'artiste n'en a connu que très peu finalement) et de son faible tirage (à peine 40 000 exemplaires vendus), cette chanson et avec elle ses supports (45 tours et Maxi 45 tours), sont considérés comme cultes.

Samedi 3 janvier 2004, ancienne caserne des pompiers, Avignon (extrait)

Gérard fait partie des premiers visiteurs, ce matin à Avignon. Aussitôt entré dans l'ancienne caserne des pompiers, il jette un regard global sur les stands et sur le nombre de visiteurs arrivés avant lui. Dans un coin, Yannick, 42 ans et Annie, 46 ans, comparent leur « book » sur Sheila. Des milliers de pièces, disques, magazines, programmes de concert, ils cherchent tout ce qui a pu un jour toucher de près ou de loin l'énergie des années yé-yé.

Mais Gérard n'est pas là pour Sheila... Comme s'il entamait une chasse au trésor, il s'approche rapidement du premier stand. Il parcourt du regard son organisation générale, observe furtivement les disques exposés à l'arrière-plan, puis dirige rapidement ses mains vers le bac indiquant les disques de Johnny Hallyday. Le buste et la tête en avant, le dos légèrement courbé, le regard attentif et fixe, il fait défiler entre les doigts de sa main droite les pochettes de vinyles puis les boîtiers de CD avec une grande dextérité et une grande rapidité. Ses doigts et son regard s'arrêtent soudain sur un disque. Il le sort du bac et le manie avec respect, étudiant dans le détail sa pochette. Puis il le fait glisser avec précaution hors de sa pochette, le débarrasse de ses poussières et examine scrupuleusement chacune des faces du maxi 45 tours. Il sort ensuite de son silence et interroge le vendeur sur le prix du disque, sur son année d'édition mais aussi sur sa rareté. En fait, toutes ces informations, il les connaît déjà. Plus que le disque, c'est la passion et l'expertise du vendeur qu'il souhaite interroger. Gérard veut savoir s'il a affaire à un spécialiste à son niveau ou à un simple marchand, alors il teste. Le vendeur lui répond, il hoche la tête puis reclasse méthodiquement le disque dans son bac. Il salue le vendeur et se dirige vers les autres stands.



(Photo : Juliette Dalbavie, Avignon, 03/01/2004)

La posture du collectionneur est caractéristique : buste et tête penchés en avant, le regard fixe, il tente de dénicher le disque manquant à sa collection en faisant défiler entre ses doigts les pochettes de disques.

Gérard a 57 ans. Ce fonctionnaire à la retraite collectionne les disques de Johnny depuis au moins 20 ans maintenant. Il a assisté à un premier concert par hasard, en 1961, à l'Alcazar de Marseille. Après, il n'a pas pu « décrocher ». L'artiste l'intéresse mais il laisse l'homme à sa vie privée. Il n'a pas envie de « casser son jouet » comme il dit, au cas où la personnalité de l'homme lui déplairait. Sa passion à lui, c'est de collectionner les disques « promo ». Il explique que ce sont des raretés dans la mesure où ces disques ne sont pas commercialisés mais distribués gratuitement par les maisons de disques aux médias (radios, discothèques, etc.) pour assurer la promotion d'un artiste. Leur pochette se différencie en général du disque commercialisé et très souvent ne comporte qu'un seul titre (sauf pour l'album promotionnel). Sa plus belle pièce est un disque de 1961 pour lequel il a déboursé 600 euros. Dans sa maison, il a dédié toute une pièce à sa passion : près de 1000 disques. Il connaît la discographie de Johnny sur le bout des doigts ainsi que les différentes cotes de ses disques. Pour cela, il se réfère au magazine Platine ou à Jukebox qu'il achète régulièrement. Il regarde également les prix des disques sur les sites web spécialisés. Et puis il vagabonde.

Ce statut d'expert, les discophiles peuvent directement le mettre à l'épreuve dans les conventions de disques. Elles sont, en effet, très souvent le lieu de joutes verbales – entre vendeurs et acheteurs – au cours desquelles chacun cherche à tester le degré de connaissances de l'autre. Ces joutes prennent généralement la forme de discussions critiques sur un chanteur ou un groupe, voire de commentaires extrêmement précis sur tel ou tel passage et dont le caractère abscons, volontairement entretenu, fait fuir le néophyte. Le lexique utilisé est très spécialisé : on parle de « collectors », de « picture-discs », d'« imports », d'« EP »³⁸ ou de « drouilles »³⁹. Leur niveau d'expertise confirmé (ou non), vendeur et acheteur peuvent décider alors si l'achat ou la vente du disque recherché est digne (ou non) de se faire. Ces sociabilités musicales produisent ainsi une culture chansonnière entendue au sens d'une pratique qui consiste à cultiver et à partager entre discophiles des savoirs, des savoir-faire, des savoir-être mais aussi des attachements, des émotions et des dispositions. Si les disquaires, et plus largement les exposants, ne vendent pas qu'aux habitués ou aux collectionneurs de disques « sérieux » (de même que les acheteurs n'achètent pas qu'aux vendeurs ayant prouvés leur expertise), il se joue néanmoins, dans les conventions de disques (comme dans certains magasins de disques spécialisés⁴⁰), beaucoup plus que de simples transactions financières : on y apprend également à « savoir-être » collectionneur et à se faire reconnaître en tant que tel. De la même manière qu'être fan (d'un chanteur ou d'une série télévisée) n'est pas un donné naturel, être collectionneur est le résultat d'un travail d'ajustement à des normes, des représentations, des valeurs, rendu possible par toute

une série de prescriptions dont la participation aux conventions de disques, la lecture de magazines spécialisés, la consultation de certains sites web, la lecture de biographies, etc.⁴¹

Cette expertise musicale construite par les discophiles est singulière dans la mesure où elle passe d'abord par un processus d'*appropriation* avant de donner lieu à un processus d'*interprétation*. Comme Jean Pierre Esquenazi l'a montré, il y aurait là une spécificité des productions issues des industries culturelles. Dans une contribution qui prend place dans un ouvrage plus général consacré aux *non-publics*, le chercheur propose, en effet, de comparer les modalités de réception des œuvres d'art avec celles des productions culturelles⁴². Les actes des publics des mondes de l'art et ceux des publics des mondes de la culture de masse (pour ne plus les appeler *non publics*) s'opposeraient ainsi par leur direction : les premiers iraient de l'interprétation à l'appropriation tandis que les seconds iraient de l'appropriation à l'interprétation ; les premiers s'appuieraient sur le travail de *présentateurs*⁴³ professionnels dont le rôle consisterait à évaluer ces œuvres et à en proposer des interprétations (critiques, journalistes spécialisés, commissaires-priseurs...) tandis que les seconds, en raison du caractère illégitime de leurs objets d'attachement, n'auraient d'autres choix que de devenir les médiateurs de leur propre plaisir. Ne trouvant pas de médiations prêtes à être utilisées, les publics du monde culturel (par opposition à celui de l'art) commenceraient par faire entrer l'objet dans leur vie avant de constituer un discours approprié ; certains devenant ainsi de véritables experts de leur objet d'attachement⁴⁴.

Dans le monde de la chanson de variétés, les *présentateurs* sont donc d'abord des collectionneurs

³⁸ Les initiales EP renvoient à l'expression « Extended Play ». Celle-ci désigne un 45 tours comportant plus que les deux chansons habituelles (en moyenne quatre), également appelé Maxi 45 tours.

³⁹ Se dit d'un disque jugé sans valeur.

⁴⁰ Lire à ce sujet, le roman de Nick Hornby, *Haute fidélité*, (titre original : *High fidelity*), traduit de l'anglais par Gilles Lergen, Éditions Plon, Paris, 1997. L'auteur décrit avec beaucoup de justesse mais aussi d'humour, les modalités de construction de cette expertise et les joutes verbales entre acheteurs et vendeurs. Même si le cadre géographique dans lequel se situe l'action est celui de Londres, et que l'action prend place dans un magasin de disques spécialisés, les descriptions qu'il fait du monde des collectionneurs de disques s'apparentent à ce que nous avons pu observer en situation dans les conventions de disques françaises.

⁴¹ Le Guern Philippe (dir.), *Les cultes médiatiques. Culture fan et autres cultes*, op. cit., p. 180.

⁴² Esquenazi Jean-Pierre, « Structure du champ de la réception : publics et non-publics », in Pascale Ancel et Alain Pessin (dir.), *Les non-publics*, Tome I, Paris, L'Harmattan, 2004, pp. 83-99.

⁴³ Jean-Pierre Esquenazi emprunte ce terme à George Dickie (1974). Celui-ci montre que toute institution artistique se constitue autour de la solidarité nouée entre artistes (les producteurs des objets), présentateurs (les juges capables de les autoriser) et spectateurs (les amateurs). Cf. Dickie Georges, *Art and the Aesthetic An Institutional Analysis*, Ithaca / Londres, Cornell UP, 1974, p. 36.

⁴⁴ Esquenazi Jean-Pierre, « Structure du champ de la réception : publics et non-publics », art. cit., p. 97.

(ceci expliquant en partie l'indifférence à la critique musicale)⁴⁵. Ces derniers ont mis en place de nombreux sites qui surpassent largement les pages officielles d'artistes ou les discographies que l'on peut trouver sur certains grands sites musicaux, aussi bien sur la quantité des renseignements fournis que sur leur précision. Depuis quelques années, on voit également se multiplier l'édition de livres entièrement consacrés à la discographie d'un chanteur⁴⁶ et dont la plupart des auteurs sont des collectionneurs. Ces livres appelés « référentiels » ou « argus discographiques » recensent l'intégralité des supports discographiques d'un chanteur, depuis son premier titre jusqu'au dernier, en France et à l'étranger. Ces supports, présentés en recto/verso, sont généralement annotés et comportent le détail des références et des chansons. Ils précisent également la cote de chacun de ces supports. Cette connaissance pointue de la discographie de l'artiste permet notamment aux collectionneurs moins aguerris d'éviter les contrefaçons ou d'acheter en conscience des enregistrements pirates (enregistrements illégaux de concerts en général ou copie de chansons sur « flexi discs »⁴⁷ en provenance en général d'URSS) mais

surtout d'établir des hiérarchies entre disques rares et disques diffusés en masse.

La précision de cette expertise, constituée à partir de la possession des disques eux-mêmes, fait que ce sont plus souvent à ces fans discophiles, plutôt qu'à des experts légitimes (historiens de la chanson par exemple), que l'on fait appel pour rédiger des biographies, des livrets d'intégrales ou de compilations ou pour retrouver des archives destinées à étayer la conception d'un film (*La Môme* par exemple). De ce point de vue, ces dispositifs que sont les conventions de disques et les acteurs qui donnent du sens à ces lieux contribuent à leur manière au processus de patrimonialisation de la chanson⁴⁸. L'emploi récurrent du mot culte, utilisés par les discophiles mais plus largement par les amateurs de produits culturels, traduirait ainsi l'apparition « *de nouvelles logiques de patrimonialisation indépendantes des formes traditionnelles de certification de la valeur de l'art, le jugement des publics prenant ici le pas sur celui des commissions d'experts ou des critiques d'art* »⁴⁹.

Valeur d'ancienneté et valeur de remémoration

Mais les disques de collection ne peuvent pas pour autant être comparés à des archives froides destinées à construire un récit historique. L'intérêt que les discophiles portent à certains disques tient aussi à leur *valeur d'ancienneté*. Pour Riegl, celle-ci désigne « *la représentation du temps écoulé depuis [la] création [d'un monument], qui se trahit à nos yeux par les marques de son âge* »⁵⁰. Comme les monuments anciens, certains disques permettent aux amateurs de se remémorer, d'entretenir ce que l'on nomme communément la « nostalgie »⁵¹. En plus de reproduire leurs musiques favorites, ils véhiculent beaucoup d'images de souvenirs, aussi bien à leur écoute

⁴⁵ Les journalistes spécialisés auxquels les discophiles accordent du crédit sont d'ailleurs très souvent d'abord des collectionneurs.

⁴⁶ Daniel Lesueur, journaliste musical et collectionneur de disques, est l'auteur notamment de quatre référentiels :

- *Les Beatles : la discographie définitive*, Ed. Alternatives, 1997

- *L'argus Johnny Hallyday : discographie mondiale et cotations*, Ed. Alternatives, 2003

- *L'argus Dalida : discographie mondiale et cotations*, Ed. Alternatives, 2004

- *L'argus Eddy Mitchell : discographie et cotations*, Ed. Alternatives, 2004

Il y a quelques années, deux référentiels consacrés à Mylène Farmer, réalisés par des collectionneurs ou avec l'aide de collectionneurs, ont également été édités à quelques mois d'intervalle :

- Le Men Maxime, *Mylène Farmer : référentiel 2007*, Ed. K&B, 2007.

- Cornetteau Renan, *Le Référentiel Mylène Farmer 2008*, Ed. K&B, 2007.

⁴⁷ Les « flexi discs » étaient à la mode dans les années 80. C'est un disque souple en plastique (principalement en format 17 cm - 45 tours -), assez fragile, tournant majoritairement en 33 tours. Utilisés comme support promotionnel, ils étaient le plus souvent gratuits et offerts avec des magazines, des fanzines ou des programmes de tournées. Par ailleurs, dans les années 80 et 90, en URSS, de nombreux disques de chanteurs étrangers étaient copiés illégalement sur ce support de moindre qualité mais peu coûteux.

⁴⁸ Dalbavie Juliette, *La patrimonialisation de la chanson, entre musée et mémoire collective. L'exemple de Georges Brassens à Sète*, Thèse en sciences de l'information et de la communication, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, (sous la dir. de E. Ethis et D. Jacobi), 2008.

⁴⁹ Le Guern Philippe (dir.), *Les cultes médiatiques. Culture fan et autres cultes*, op. cit., p. 16.

⁵⁰ Riegl Alois, *Le Culte moderne des monuments : Son essence et sa genèse*, op. cit., p. 45.

⁵¹ Voir à ce sujet le numéro spécial de la revue *Volume !* consacré à la nostalgie et notamment : Dauncey Hugh, Tinker Chris, Sklower Jedediah, « La Nostalgie dans les musiques populaires. Introduction », *Volume !*, vol. 11, n°1, 2014, pp. 7-17.

qu'à leur vue ou au contact de leur pochette. Ils permettent ainsi d'entretenir l'attachement pour un chanteur en mélangeant souvenirs liés à la carrière de l'artiste, souvenirs liés à leurs écoutes et souvenirs liés à leur vie personnelle. Les disques de collection sont les témoins de leur attachement à un chanteur mais aussi les témoins de la durée de cette relation médiatée qu'ils ont construite avec lui.

C'est pourquoi, de retour à leur domicile, les collectionneurs les exposent⁵² (au regard réel ou virtuel de leurs pairs⁵³) et/ou les conservent plus qu'ils ne les écoutent. Certains disques deviennent ainsi des *sémiophores*. Pomian utilise ce terme pour désigner les objets qui ont perdu leur fonction pratique pour devenir des objets chargés de signification. Retirés du circuit ordinaire de leur destination, soustraits au cycle utilitaire, ils vont ensuite constituer une collection, c'est-à-dire « [un] ensemble d'objets naturels ou artificiels, maintenus temporairement ou définitivement hors du circuit d'activités économiques, soumis à une protection spéciale dans un lieu clos aménagé à cet effet, et exposés au regard »⁵⁴. Leur valeur ne dérive pas de leur nature matérielle, de leur destination originelle, mais du sens que les acteurs leur attribuent et de leur capacité à entretenir leurs mémoires et leurs attachements. Comme l'explique Pomian, les objets amassés sont des intermédiaires entre les amateurs qui

les regardent et l'invisible⁵⁵. C'est en raison de ce rôle qui leur incombe que ces objets sont tenus pour des objets précieux⁵⁶.

Le disque de collection fonctionne ainsi comme un médiateur de l'attachement, avant même d'être un objet de savoir, et les traces de son ancienneté viennent signer la durée de cet attachement. C'est pourquoi, même si les collectionneurs tentent de préserver l'état de leurs disques, ces mesures de protection ne visent qu'un ralentissement du processus de dégradation. L'expertise qu'ils construisent à partir de ces disques se nourrit avant tout de leurs attachements. Celle-ci n'est pas conçue comme un instrument de recherche, mais régie par des critères affectifs et esthétiques. C'est donc une expertise sensible qu'ils construisent, où attachements et érudition ne s'opposent pas, au contraire.

Conclusion

Les conventions de disques constituent un second marché des œuvres musicales qui consacre fortement certaines chansons tandis qu'il se charge parallèlement d'en faire oublier d'autres. C'est à la fois le support (le plus souvent le disque vinyle avec sa pochette de grande envergure), la chanson et l'artiste qui sont consacrés dans ce dispositif, sans pouvoir toujours dissocier clairement ce qui revient plus à l'un qu'à l'autre. Dans ce marché du disque d'occasion où valeur culturelle et valeur marchande des disques sont indissociables, la dimension culte conférée à certaines productions tient à deux types de paramètres. Les premiers sont liés au support : les caractéristiques matérielles du disque et la capacité des maisons de disques à organiser la rareté. Les seconds apparaissent peut-être moins immédiatement aux yeux des non-initiés : la qualité de la chanson elle-même, la capacité des chanteurs à entretenir leur notoriété médiatique dans le temps et la capacité des disques à raconter l'histoire de la carrière d'un chanteur et à faire perdurer les attachements des amateurs. La plus ou moins grande combinaison de ces caractéristiques permet d'expliquer les différences de prix qui peuvent exister et par là-

⁵² Pour répondre à ce besoin des collectionneurs, une société londonienne (*Art Vinyl*) a eu l'idée de développer et de mettre en vente des cadres amovibles qui permettent de mettre en valeur tels des tableaux les pochettes de ses vinyles préférés et de pouvoir les changer facilement au gré de l'évolution de ses goûts.

⁵³ A ce sujet, voir le portrait consacré à un collectionneur de Brassens dans la revue *Chorus* : Hidalgo Fred, « La chasse aux papillons : de la passion à la collection », *Chorus* n°57, 2006, pp. 112-113. L'article propose une visite guidée de la collection privée de Richard Accarias, admirateur-expert de Brassens qui a rassemblé plus de trois mille pièces se rattachant au chanteur. Les photos qui accompagnent le portrait du collectionneur donnent à voir comment celui-ci a mis en exposition pochettes de disques, petits formats, magazines, livres mais aussi porte-clefs, jeux, cendriers ou service à verres à l'effigie de Brassens. Le journaliste précise dans son article que cette collection ou plutôt cette exposition installée dans une grande pièce de la maison spécialement aménagée est « non publique » et que seuls « quelques rares privilégiés » parmi lesquels des proches du chanteur (Pierre Onténiente et René Iskin par exemple) ont eu la chance de la « visiter ».

⁵⁴ Pomian Krzysztof, *Collectionneurs, amateurs et curieux : Paris, Venise : XVIe-XVIIIe siècle*, Paris, Gallimard, 1987, p. 18.

⁵⁵ Pomian Krzysztof, *Collectionneurs, amateurs et curieux : Paris, Venise : XVIe-XVIIIe siècle*, op. cit., p. 34.

⁵⁶ Pomian Krzysztof, *Collectionneurs, amateurs et curieux : Paris, Venise : XVIe-XVIIIe siècle*, op. cit., p. 35.

même les différentes répartitions spatiales des supports sur les stands des vendeurs.

Dans ce dispositif de consécration de la culture chansonnière, les amateurs tiennent tous les rôles : celui de marchands, d'acheteurs, d'experts, de critiques, de commissaires-priseurs et même celui de conservateurs. Les discophiles y partagent leurs goûts en achetant et en vendant des disques. Au fur et à mesure de leurs échanges, ils construisent une expertise singulière qui s'appuie sur ces supports et participent à la patrimonialisation de cette culture chansonnière. Les conventions de disques constituent ainsi une forme profane de reconnaissance des disques de variétés qui n'est certainement pas sans effet sur la consécration plus générale des chansons. A la suite de cette enquête, il conviendrait d'étudier comment les musées exposant la chanson, les journalistes spécialisés ou les universitaires convoquent (ou non) cette expertise.

Par leur capacité à médiatiser leurs discours sur les œuvres (via des revues spécialisées, des blogs ou les réseaux sociaux), les discophiles contribuent aussi à entretenir la notoriété médiatique d'un artiste. On pourrait là aussi montrer de manière plus précise comment ce second marché du disque peut contribuer à soutenir le premier.

Par ailleurs, l'attachement de ces amateurs pour le disque, et en particulier pour les vinyles, continue de contrarier les évolutions technologiques des supports musicaux. Les discophiles ont réussi à maintenir l'existence de ce support pourtant condamné par l'industrie musicale dans les années 1990. Grâce aux collectionneurs qui en ont fait un objet de *culte*, mais aussi grâce aux DJ pour qui il constitue un support de création, le disque vinyle a retrouvé de la place dans les rayons des disquaires en tant qu'objet de consommation courante. Depuis 2007, leur nombre recommence à croître dans les rayons des grandes enseignes et des disquaires spécialisés et leur vente (contrairement à celles du CD) connaît une forte augmentation⁵⁷. Les majors de l'industrie musicale

présentent à nouveau des enregistrements historiques. Ainsi en 2002, Universal rééditait en 25 cm des classiques de la chanson francophone, ceux de Georges Brassens, Jacques Brel, Serge Gainsbourg ou Juliette Gréco dans leurs pochettes originales, avec un son remasterisé, un tirage numéroté et à un prix nettement plus élevé. Quant aux artistes les plus collectionnés en France, comme Mylène Farmer, ils n'ont jamais cessé d'éditer leurs albums sur ce type de support, choisissant plutôt de multiplier les formes d'achat de leur musique : mp3, CD, CD collector et/ou vinyles... Les collectionneurs contribuent ainsi à faire perdurer ce support en dépit des logiques industrielles.

Pour autant, le nombre de disquaires spécialisés ayant chuté ces 30 dernières années, on peut imaginer que le nombre de conventions de disques sera amené à suivre la même tendance. Ces dernières, comme les magasins de disques, sont aujourd'hui fortement concurrencés par les sites de vente en ligne ou des sites d'enchères en ligne comme *EBay* qui ont ouvert le marché du disque de collection à un plus large public, contribuant ainsi à faire baisser leur prix. *EBay* fonctionne désormais comme un outil de référence se substituant aux référentiels édités par les collectionneurs experts. S'il est d'une aide précieuse pour connaître rapidement le prix d'un disque, il n'est pas sûr pour autant que ce dispositif, seul, permette aux internautes non spécialistes de saisir ce qui en fait la ou les valeur(s). A l'exemple de ce que François Debruyne montre dans un article consacré aux transformations de l'expérience musicale engendrées par le passage du commerce physique des disques au commerce numérique de la musique⁵⁸, il conviendrait d'élargir notre enquête ethnographique aux nouveaux formats numériques afin de comprendre en quoi ils modifient (ou non) la façon dont les amateurs attribuent de la valeur à la chanson de variétés. Si cette expertise construite par les discophiles, que nous venons de décrire, se nourrit si fortement de l'attachement matériel aux supports de la musique, que peut-elle devenir à l'heure du passage d'une *discomorphose* à une *numérimorphose*⁵⁹ ? Le site « CD and LP », sorte de conven-

⁵⁷ Aux Etats-Unis, d'après les chiffres Nielsen publiés dans le magazine *Billboard*, sur les neuf premiers mois de l'année 2012, les ventes de disques vinyles ont augmenté de 16,3% (soit 3,2 millions de disques vendus) par rapport à 2011, et la croissance est continue depuis cinq ans. En France, il est plus difficile de donner des chiffres précis car les ventes des disquaires indépendants (pourtant les plus gros vendeurs de ce type de supports) ne sont pas prises en compte.

⁵⁸ Debruyne François, « Le disquaire et ses usagers. Du magasin au site Web », *art. cit.*

⁵⁹ Au sens qu'Hennion (2000) et Granjon (2007) donnent respectivement à ces termes. Tous deux désignent une métamorphose de la musique qui ne se limite pas à la transformation de

tion en ligne, mais aussi le site Discogs, créé en 2000 avec pour ambition de devenir la plus grande base de données en ligne concernant les productions sur disque vinyle et qui, depuis 2006, propose aussi un système de vente et d'achat des disques référencés, constitueraient des terrains d'observation riches pour prolonger notre enquête. Ils permettraient d'observer comment le fait de devoir passer par le média internet redéfinit (ou non) le lien entre discophiles. Les joutes verbales entre experts, les hiérarchies construites entre habitués et novices, les postures corporelles qui traduisent des savoir-faire particuliers, le mélange autorisé entre souvenirs musicaux et souvenirs personnels, toutes ces pratiques culturelles qui ont parfois peu de choses à voir avec le musical mais qui fondent pourtant la valeur symbolique et commerciale des disques trouveront-elles des *lieux* d'expression en ligne ? Ces modalités d'attachement à la musique sont-elles exclusivement liées au support disque ou se réinventeront-elles avec les nouvelles formes de matérialisation de la musique (mp3 écoutés sur nos téléphones portables ou nos ordinateurs) ? Autant de questions qui ouvrent des perspectives de recherche pour qui s'intéresse aux modalités de reconnaissance de la chanson et plus largement à celles des productions issues des industries culturelles.

ses supports mais qui a également des conséquences sur nos manières d'en faire et de nous l'approprier. Cf. Hennion Antoine, Maisonneuve Sophie, Gomart Emilie, *Figures de l'amateur, Formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui*, Paris, Dep, Ministère de la Culture/La documentation Française, 2000 et Granjon Fabien et Combes Clément, « La numérimorphose des pratiques de consommation musicale. Le cas de jeunes amateurs », *Réseaux*, n°145-146, 2007, pp. 291-334.