

Numéro 5 - avril 2004

Ethnographie d'un groupe de rock en tournée aux Etats-Unis

Fabien Hein

Résumé

Cet article présente la synthèse ethnographique d'une expérience menée courant juin 2003 aux côtés du groupe de rock Thundercrack. Sur la base d'une observation participante en immersion totale, j'ai accompagné ce combo (terme utilisé dans le monde du rock pour désigner un groupe) au cours d'une tournée des clubs dans la partie Est des Etats-Unis. Loin d'une mythologie rock entretenue par les médias et les stars du genre, partager le quotidien d'artistes de statut modeste - au sein d'un circuit underground - permet de prendre la mesure de la réalité matérielle du rock tel qu'il se pratique. Cela nécessite préalablement d'identifier un certain nombre de médiateurs qui rendent cette pratique possible, ce que je me propose de faire ici.

Abstract

This article presents a synthesis about an ethnographic survey led during June 2003 with a rock band called Thundercrack. On the base of a participating observation in total immersion, I accompanied the combo for an US tour (East and Midwest). Far away from rock myths maintained by medias or rock stars, hitting the road with artists of modest status - within an underground circuit - gives an other material reality about how rock is practiced. It requires at first to identify some mediators who make this practice possible. That's what i'm proposing to do here.

URL: <https://www.ethnographiques.org/2004/Hein>

ISSN : 1961-9162

Pour citer cet article :

Fabien Hein, 2004. « Ethnographie d'un groupe de rock en tournée aux Etats-Unis ». *ethnographiques.org*, Numéro 5 - avril 2004 [en ligne].

(<https://www.ethnographiques.org/2004/Hein> - consulté le 04.03.2021)

ethnographiques.org est une revue publiée uniquement en ligne. Les versions pdf ne sont pas toujours en mesure d'intégrer l'ensemble des documents multimédias associés aux articles. Elles ne sauraient donc se substituer aux articles en ligne qui, eux seuls, constituent les versions intégrales et authentiques des articles publiés par la revue.

Ethnographie d'un groupe de rock en tournée aux Etats-Unis

Fabien Hein

Sommaire

- Introduction
- Biographie du groupe
- L'organisation d'une tournée
- Le *roadbook*
 - Les contrats
 - Les conditions financières
 - Les conditions d'accueil
- La promotion
- Le quotidien
- Mon poste d'observation
- Conclusion
- Notes
- Bibliographie

Introduction

J'ai connu Laurent, guitariste du groupe Thundercrack en 1995. Luthier à Nancy, j'ai fréquemment eu recours à ses services lorsque j'ai été moi-même musicien actif en Lorraine. Il fut l'une des premières personnes que j'ai interrogée dans le cadre de mon travail de terrain sur le monde du rock lorrain pour la préparation du doctorat en 1999 (« Le monde du rock en Lorraine. Médiations, expériences et créativité », thèse en voie d'achèvement). J'ai réellement fait connaissance avec ses acolytes cette même année. Il me semblait alors important de recueillir les points de vue de l'ensemble des membres d'un groupe de rock, que j'ai donc entrepris d'interviewer à leur tour. A la même époque, Thundercrack rentrait d'une tournée aux Etats-Unis. Nos relations se consolidant progressivement à l'occasion de leurs concerts ou lors de fréquentations communes de certains lieux culturels lorrains, je me suis senti autorisé à leur proposer mes services dans l'hypothèse d'une nouvelle tournée américaine. Fin 2001, le groupe m'a tout d'abord sollicité pour jouer de la guimbarde [1] sur un titre de leur second album — ce que j'ai accepté très volontiers. Si ce point peut sembler anecdotique, il me semble représentatif des rapports que nous entretenons. Une marque de confiance qui m'a finalement valu d'être coopté par le groupe pour l'accompagner au cours de son second périple américain [2].

J'ai moi-même effectué quelques tournées en Europe en tant que musicien, jamais en tant qu'accompagnateur. Il m'est apparu que ce point de vue externe pourrait enrichir ma recherche. L'insertion de longue durée au sein de mon terrain lorrain s'est ainsi achevée par une immersion totale (Whyte, 1995 : 329) de près de trois semaines au sein de ce *combo*. Manière de clôturer élégamment mon terrain, car il me faut bien admettre que la mythologie rock américaine n'est pas sans exercer quelque attrait sur moi. Plus généralement, évoluer dans un contexte culturel différent m'a surtout permis de renouveler mon regard quant à la pratique rock, dont certains modes de fonctionnements me sont probablement devenus trop familiers. Par ailleurs, si depuis quelques années le rock fait l'objet de travaux sociologiques réguliers, la littérature scientifique traitant de l'expérience de la tournée est quasi inexistante. Hormis quelques éléments épars tirés du travail ethnographique de H. Stith Bennett (Bennett, 1980 : 71-97), seulement un petit nombre de récits autobiographiques sont à disposition tels ceux de Jean-Claude Vincent (Vincent, 1996) — manager du groupe Ange — ou de Henry Rollins (Rollins, 1994) — chanteur du groupe de hardcore américain Black Flag.

Pour les musiciens et chanteurs de Thundercrack, les attentes quant à ma présence sur cette tournée étaient évidemment très éloignées d'une quelconque démarche ethnographique. Il s'agissait avant tout de soulager leur quotidien et de tenir le stand de vente de produits dérivés du groupe (*merchandising*) pendant qu'ils se produisaient sur scène. Je ne me suis cependant jamais caché de mon projet de recherche doctorale, qui fut accepté de manière implicite. Les longues notes que je consignais jour après jour dans mon cahier à la vue de tous en étaient l'expression la plus manifeste. Par ailleurs, il me faut préciser qu'après avoir sillonné un tiers des Etats-Unis et rencontré une multitude d'individus, je n'ai aucunement la prétention de proposer une ethnologie de ce pays. Mon propos n'a d'autre objet que de présenter les premiers résultats d'une ethnographie d'un groupe de rock en tournée sur le territoire américain, et les éléments de comparaison que j'ai pu en dégager restent circonscrits à la sphère du

rock underground.

Entre le 05 et le 22 juin 2003, j'ai parcouru 8 929 kilomètres et traversé dix-neuf Etats aux côtés des membres de Thundercrack pour relier treize villes différentes. Un [tableau](#) présente les différentes étapes de ce périple. « Day Off » signifie « jour sans concert » : situées le dimanche, ces journées nous permettaient de relier des villes particulièrement éloignées les unes des autres.

Si l'observation participante constitue ma méthode d'enquête principale, je me suis également appuyé sur des documents tels que la biographie du groupe, les courriers électroniques échangés entre lui et son « tourneur », le livre de bord (*roadbook*), des photographies, des affiches, des affichettes (*flyers*) [3], ou encore certains magazines culturels gratuits que j'ai pu collecter.

Biographie du groupe



Illustration 1

Thundercrack - New York City, West End (6 juin). (Hein, 2003)

Le groupe Thundercrack a été constitué en tant que tel en novembre 1996. Il se compose de trois personnes : Jérémie alias Jay Automatic (batterie-chant), Laurent alias Stanley Roadrunner (guitare-chant) et Nicolas alias Nick Normal (guitare-chant-clavier) [4] [Illustration 1]. Le trio officie dans un registre dit « garage », un genre musical synonyme de punk rock (avant que ce terme ne soit popularisé aux alentours de 1976-1977) né dans la seconde moitié des années soixante. Le genre est alors pratiqué par de jeunes américains aux qualités techniques approximatives, répétant — c'est presque une tautologie — dans le garage de leurs parents. Totalement fascinés par les Rolling Stones, les Kinks ou les Who (ce que l'on appelle alors la « *British Invasion* » aux Etats-Unis), les groupes garage tentent de compenser leur faible niveau technique et leurs équipements bon marché par une débauche d'énergie

et une agressivité radicale. Les principales formations de cette période sont The Sonics, Count Five ou The Remains. Leur esthétique minimaliste devient un genre à part entière, perdurant jusqu'à nos jours à travers le monde. Ces dix dernières années, ses plus illustres représentants ont probablement été des formations américaines du type The Oblivians, The Cheater Slicks ou encore The Goriers [5]. Les membres de Thundercrack se sont incontestablement appropriés cet héritage, tout en le remodelant à leur tour selon un mode opératoire propre, notamment en conférant à leur musique une dimension particulièrement brute et primitive, associant dépouillement blues et férocité punk (cf. [extrait sonore](#), *Fallin' Off The Log*, MP3, 1,5 Mo). A ce jour, le groupe a publié un EP (*Extended Playing*, maxi 45 tours) sur le label parisien Royal Records (1997) ainsi que deux disques sur le label américain Estrus Records (1998 et 2002). Il a par ailleurs réalisé une tournée de huit dates sur la côte Ouest des Etats-Unis en mai 1999, dont le point d'orgue fut sa participation au festival « Garage Shock » à Bellingham dans l'état de Washington, véritable référence en matière de manifestation garage-punk.

Concernant leur morphologie sociale, ces musiciens et chanteurs de Thundercrack ont entre 30 et 37 ans. Deux d'entre eux vivent en couple et ont des enfants, tandis que le troisième est célibataire. Quant à leurs catégories socioprofessionnelles, ils sont infographiste, artisan-commerçant et technicien audiovisuel ; deux d'entre eux sont titulaires d'un BTS (Brevet de Technicien Supérieur) et le troisième a le niveau bac.

L'organisation d'une tournée

L'organisation d'une tournée est toujours conditionnée par les compétences d'un dispositif susceptible de mettre en relation une offre et une demande : une offre de la part d'un groupe de rock désirant se produire ; une demande d'un lieu de diffusion [6] visant à proposer une programmation de qualité à un public potentiel. Les compétences reposent d'une part sur une connaissance des lieux de diffusion (clubs, salles de concerts, festivals) les plus adaptés au genre musical pratiqué par le groupe en question et, d'autre part, sur des dispositions à la négociation contractuelle. Chaque partie cherchant bien évidemment à trouver dans cette négociation le plus d'avantages possibles pour elle-même. Ces compétences peuvent être réparties au sein d'agences dites « de réservation » (*booking*), dévolues à cette fonction (Bennett, 1980 : 94), mais elles se cristallisent le plus souvent sous la forme d'une seule personne appelée le « tourneur ». Ce dernier, qui a la charge de rechercher des concerts voire d'organiser une tournée pour des artistes, se rémunère en dégageant un pourcentage (généralement compris entre 12 et 15 %) sur les contrats qu'il obtient pour ses groupes. Il est donc impératif pour lui que ces artistes soient suffisamment attractifs auprès des programmeurs des lieux de diffusion pour qu'il puisse les y placer facilement et en tirer quelque bénéfices économiques et symboliques — sans quoi il est peu probable qu'un tourneur investisse sa force de travail dans une formation musicale. C'est donc généralement une ou plusieurs personnes d'un groupe qui endossent cette fonction (Bennett, 1980 : 94). Pour l'immense majorité des formations, trouver un tourneur participe de la mythologie du rock. Cette figure est en effet investie d'une charge symbolique très forte. Et pour cause, son intervention marque l'accession d'un groupe à un stade supérieur dans le développement de sa carrière. Les musiciens lui abandonnent volontiers une charge de travail qu'ils jugent souvent fastidieuse ou trop ardue pour eux-mêmes, ce qui leur

permet aussi de pouvoir se centrer exclusivement sur le travail de création.

Les plus débrouillards des groupes en activité sont généralement en mesure de trouver eux-mêmes quelques dates de concerts éparses au sein d'un périmètre géographique plus ou moins étendu, selon leur niveau de connaissance du terrain — généralement la région, quelquefois le pays. Cependant il est plus rare qu'ils puissent organiser eux-mêmes une tournée de plusieurs semaines. Par tournée, il faut entendre une succession de dates de concerts mobilisant des artistes pendant plusieurs jours de suite, voire plusieurs semaines. Aussi, tout simplement par méconnaissance des structures de diffusion locales, il est improbable qu'un tel projet puisse se réaliser dans un pays étranger et *a fortiori* sur un autre continent sans disposer d'un relais pour l'organiser. Il est donc nécessaire de s'en remettre à un tourneur indigène, sorte de superviseur capable de mobiliser profitablement son réseau à cette fin. Ce fut l'option retenue par Laurent, Nicolas et Jérémie pour pouvoir jouer aux Etats-Unis : la publication de deux albums sur un label américain renommé ainsi qu'une première tournée effectuée sur la côte Ouest des Etats-Unis constituant un capital symbolique pouvant grandement faciliter la réalisation d'un tel projet.

C'est Blackout Booking qui fut l'agence de *booking* américaine du groupe. En fait d'agence, il s'agit d'une entreprise gérée par un individu multiscarte, Scott Winland, qui s'occupe à la fois des activités de musicien, de producteur et de tourneur. Son profil est représentatif de ce qui vient d'être énoncé plus haut. Il s'agit au départ d'un musicien investi dans la recherche de concerts pour son propre groupe puis à force de la pratiquer, sa connaissance de la scène rock *underground* américaine s'est simultanément étoffée et affinée, au point de pouvoir mettre son savoir au service d'autres formations que la sienne. Après que les membres de Thundercrack soient tombés d'accord sur la période la plus favorable pour partir en tournée, ils se sont donc adressés à Blackout Booking, suite aux recommandations de leur précédent tourneur américain [7]. Les premiers contacts ont été noués entre les deux parties début décembre 2002. Après audition de leurs disques, Scott Winland s'est déclaré enthousiaste à l'idée de travailler pour eux, sans que la rentabilité économique ait été un facteur déterminant pour le décider à s'engager dans cette collaboration. Comme c'est très souvent le cas les critères esthétiques sont entrés en ligne de compte, mais ce sont surtout les retombées potentielles en terme de capital symbolique qui ont motivé son concours. En effet, ce tourneur n'ayant jamais travaillé pour un groupe étranger, Thundercrack a donc constitué pour lui une sorte de terrain expérimental. Quoiqu'il en soit, il s'en est suivi tacitement un accord de collaboration l'amenant à s'engager dans l'organisation d'une tournée. Ce faisant, le *combo* acceptait à la fois d'être représenté par lui ainsi que les conditions contractuelles qu'il négocierait pour eux. Ce préalable élué, se posait un premier problème. Pour des raisons propres à la scène rock *underground* dont l'économie est souvent restreinte, les frais liés à la tournée se devaient d'être comprimés au maximum. Faire suivre l'équipement du groupe aux Etats-Unis fut donc exclu d'emblée, réduisant ainsi les frais de transport de pays à pays et évitant d'avoir à louer un véhicule volumineux, donc particulièrement onéreux, pour les déplacements. Hormis ses effets personnels, le groupe était équipé de deux guitares, d'une caisse claire, d'une pédale de grosse caisse et de cymbales : de quoi tenir dans un « monospace ». Il appartenait donc au tourneur de trouver un ou plusieurs

groupes américains susceptibles de pouvoir se joindre aux Français et de leur prêter leur système d'amplification et leur batterie.

Concrètement, les courriers échangés montrent qu'il a fallu environ trois mois de travail à Blackout Booking pour échafauder une tournée d'une quinzaine de dates de concerts. Un premier programme indicatif et non encore stabilisé est parvenu Laurent, Nicolas et Jérémie à la mi-avril et une grande partie des dates de concerts restait à confirmer. L'itinéraire est donc établi dans un premier temps à titre d'hypothèse de travail, qu'il s'agit ensuite de vérifier, puis de stabiliser. Fin avril, seules sept dates étaient réellement confirmées ; début mai, sept autres furent arrêtées. Les contrats avec les clubs sont datés du 10 mai, jour où nous avons pu faire l'acquisition de nos titres de transport. La stabilité de la tournée semble être atteinte lorsqu'elle se cristallise dans l'objet technique essentiel qu'est le « carnet de route » (*roadbook*), dont le contenu doit être examiné.

Le roadbook

Le *roadbook* consiste en un document synthétique présentant l'ensemble des informations utiles au déroulement d'une tournée : il comprend tout d'abord son planning et les numéros de téléphone des clubs ou des promoteurs locaux ; puis, présente chronologiquement les contrats liant l'agence de *booking* et les clubs. Chacun de ces contrats est suivi d'un plan de route et d'accès à la salle. Cet outil de travail particulièrement précieux, confectionné par le tourneur, est habituellement adressé aux groupes avant le début de la tournée de manière à ce qu'ils puissent l'étudier. Il se trouve que pour des raisons restées obscures à ce jour, il a fallu attendre que nous soyons à New York pour que le promoteur local nous le remette le soir du premier concert. Quoiqu'il en soit, le *roadbook* est un outil d'une valeur inestimable par les informations qu'il contient et ne peut souffrir aucune approximation. La moindre défaillance peut avoir des conséquences très fâcheuses. Nous en avons fait l'expérience à nos dépens. En effet, le dernier concert devait avoir lieu à Brooklyn dans un club nommé Union Pool, situé dans Union Street selon les indications issues du *roadbook*. Or, le club en question se trouvait dans Union Avenue, soit à l'autre bout de Brooklyn, qu'il nous a fallu rejoindre par "cabotage" pourrais-je dire, étant donné que nous ne disposions d'aucune indication si ce n'est celles que nous fournissaient les passants au fur et à mesure de notre pérégrination dans la ville. Nous parvîmes au club à minuit. Celui-ci n'étant pas autorisé à diffuser de la musique vivante au-delà de cette heure, nous fûmes marri. Pour comble de malchance, le promoteur local, après m'avoir assuré qu'il pourrait nous héberger pour la nuit, me fit savoir que sa compagne s'y opposait fermement. A deux heures du matin, trouver un hôtel bon marché dans New York relève de la gageure. Il nous fallait déboursier au minimum 150 \$ (134 €), soit l'équivalent du cachet que nous n'avions pas touché ce soir là. Nous avons donc passé le reste de la nuit dans la voiture. Le lecteur peut mesurer à travers cette illustration combien le *roadbook* se doit d'être extrêmement rigoureux quant aux informations qu'il contient. Pour cette raison, il est donc intéressant de se pencher dans le détail sur son contenu de manière à apporter quelques éclairages quant au déroulement de cette tournée.

Les contrats

Dans l'écrasante majorité des cas, les contrats engagent une personne morale (le club) et plus rarement une personne physique désignée sous le terme « promoteur local ». Outre les formalités contractuelles d'usage, ils présentent un certain nombre d'informations utiles à l'ensemble des parties en présence. A savoir le nombre de membres du groupe, le lieu, la date et l'heure du concert à laquelle le groupe est attendu, de même que l'heure du *soundcheck* [8] et de l'ouverture des portes, le prix d'entrée, la capacité du club, les conditions financières et leur bénéficiaire, le point sur les recettes du *merchandising* et les conditions d'accueil. Aucun contrat n'ayant été signé par les clubs, les termes et engagements de collaboration ont quelquefois été interprétés assez librement par certains de leurs représentants, entraînant des conséquences pour le groupe. [Illustration 2]

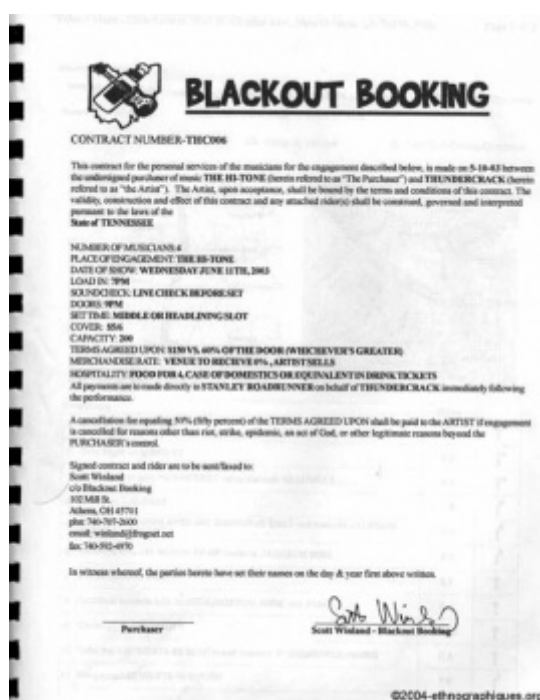


Illustration 2

Exemple de contrat (Hein, 2003)

Les conditions financières

Hormis le mien, les billets d'avions ont été payés par la cagnotte du groupe. Dès le départ, les trois membres de Thundercrack ont pris la décision de financer cette tournée de manière exclusive à l'aide des recettes qu'elle générerait. Ces dernières devaient provenir de deux sources : les cachets et le *merchandising*. En moyenne, le cachet s'élevait à 125 \$ (110 €) : le plus élevé étant de 205 \$ (183 €) et le plus bas 60 \$ (53 €). Si l'on intègre à ce calcul les deux jours de congé (day off), cela donne une moyenne 110 \$ (98 €). L'ensemble des cachets perçus pendant la tournée a donc généré 1 760 \$ (1 573 €). Concernant le *merchandising*, déduction faite des frais liés à l'achat de disques [9] et de t-shirts, le bénéfice final s'élevait à peine à 138 \$ (124 €) [10]. Les deux

sources de recettes cumulées atteignaient ainsi 1 898 \$ (1 696 €). Nous avons donc vécu pendant cette tournée avec 111 \$ (99 €) en moyenne par jour et pour quatre personnes. Les postes de dépenses cumulés atteignaient quant à eux 2 689 \$ (2 403 €), soit environ 158 \$ (141 €) par jour et sont à mettre en rapport avec la location d'un véhicule, les frais liés à l'alimentation, l'hébergement et le carburant. Le différentiel négatif étant évidemment à la charge du groupe.

Une analyse comptable basique avait indiqué la probabilité d'un tel déséquilibre bien avant le départ. C'est la raison pour laquelle le groupe a sollicité une subvention auprès des services culturels de la mairie de Nancy ; cette demande n'a pas abouti à l'heure actuelle. L'enthousiasme suscité par la perspective de se rendre aux Etats-Unis pour la seconde fois de sa carrière [11] semble avoir quelque peu occulté cette considération comptable au sein de Thundercrack, sans compter que les recettes du *merchandising* étaient supposées compenser le déficit prévisible. A l'arrivée, la comptabilité du groupe présentait un déficit de 799 \$ (714 €). Or, la question financière peut retentir sur le déroulement d'une tournée.

Les conditions d'accueil

Pour des artistes en déplacement, la question des repas et de l'hébergement constitue un point véritablement crucial. Après 700 kilomètres de route et avant de monter sur scène ou après l'avoir quittée, il est souvent pénible et illusoire de se mettre en quête — dans un laps de temps réduit et au sein d'une ville inconnue — d'un restaurant et d'un lieu d'hébergement qui soient à la fois financièrement accessibles et d'une qualité convenable. C'est pourquoi ils apprécient très généralement que ces aspects soient pris en charge par les organisateurs de concerts. Pourtant il se trouve qu'au cours de cette tournée, les conditions d'accueil ont souvent été réduites à leur plus simple expression car repas et hébergement ne relevaient très couramment pas de la compétence des organisateurs (bien que l'inverse soit le plus souvent stipulé sur les contrats) mais étaient à la charge du groupe. Sept clubs nous ont toutefois offert de quoi nous restaurer : il s'agissait alors systématiquement de *junk food* composée soit de pizza, soit de hamburgers.

Concernant l'hébergement, seuls trois promoteurs locaux nous ont offert l'hospitalité à leur domicile. Pour le reste, il nous a fallu faire preuve de débrouillardise et compter sur la chance. En règle générale, à moins que l'on nous offre l'asile spontanément, ce qui était relativement rare, il a fallu partir en quête d'un hôte. Ma position intermédiaire entre le groupe et le public a souvent favorisé les contacts utilitaristes de ce type. Nous avons été accueilli une fois chez un ingénieur du son, deux fois au domicile d'un groupe avec lequel Thundercrack se produisait et cinq fois chez une personne issue du public. Cela dit, le groupe a pu se payer une chambre d'hôtel bon marché à deux reprises et nous avons passé trois nuits dans notre voiture de location. Si l'incertitude quant à un lieu d'hébergement fut un point noir, ses conditions le furent tout autant. Evidemment, pratiquer le jeu du hasard rend très aléatoire la qualité du sommeil. Hormis les rares fois où nos hôtes pouvaient mettre un canapé ou un lit à notre disposition, nous dormions à même le sol dans nos sacs de couchage. Par ailleurs, il faut noter que ces lieux n'étaient pas toujours très propices au sommeil étant donné que leurs habitants y avaient

certaines fois convoqués leurs amis pour y faire bombance.

La promotion

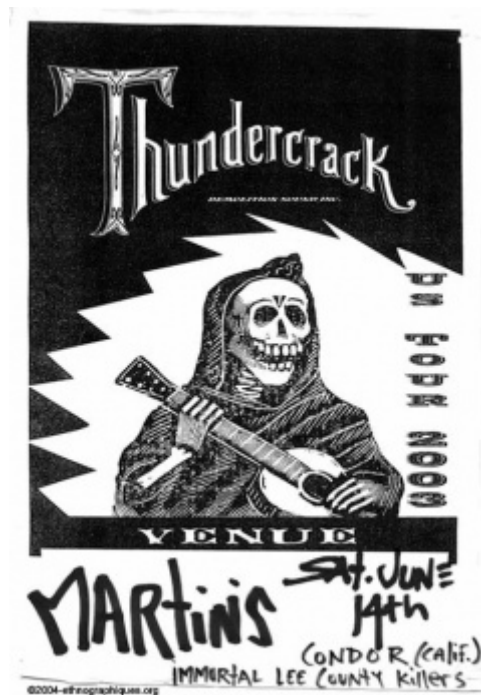


Illustration 3
Exemple d'affiche (Hein, 2003)

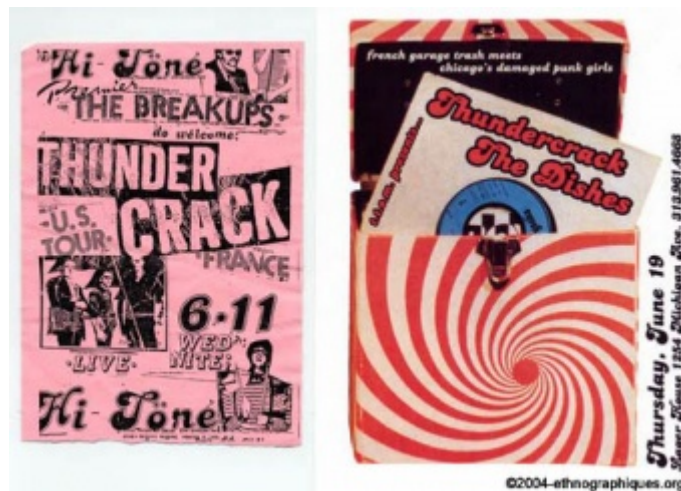


Illustration 4
Exemple de flyers (Hein, 2003)

La promotion d'un concert s'effectue habituellement à l'aide d'une série de supports. En l'absence d'affiches mises à disposition par le label [12] — comme ce fut le cas pour Thundercrack — le promoteur local peut éventuellement concevoir lui-même des affiches [Illustration 3] et des flyers [Illustration 4] pour annoncer le concert — il s'agit dans ce cas le plus fréquemment de photocopies. Le promoteur est ensuite supposé les déposer au sein de certains endroits stratégiques de la ville, notamment les disquaires et les clubs. A Memphis et à Chicago, les clubs disposaient de panneaux d'affichage lumineux de type Broadway annonçant la présence de Thundercrack en leurs murs [Illustration 5], ce qui donnait à

Exemples de promotion dans la presse culturelle gratuite. A gauche, encart publicitaire pour le Beachland à Cleveland, Ohio, tiré de : « Scene », vol. 34, n° 25, juin 18-24, 2003, p. 78. A droite, encart publicitaire pour le Lager House à Detroit, Michigan, tiré de « Real Detroit Weekly », vol. 5, n° 19, juin 18-24, 2003, p. 91. (Hein, 2003).

Le quotidien

Le rythme de la vie en tournée est une routine, que je vais tâcher de décrire sommairement via le déroulement séquentiel d'une journée type en prenant le concert pour point de départ. Selon que les soirées s'articulent autour de deux ou trois groupes, ceux-ci se tiennent entre 23 heures et 01 heure du matin. Dans le cas de figure le plus fréquent, Thundercrack se produisait en seconde position. Après le concert vient le temps de la relaxation et de la discussion avec le public ou les autres groupes présents ; puis arrive le temps du repos. En règle générale nous suivions notre hôte de la soirée à travers la ville pour rejoindre son domicile. Là, vers 03 heures du matin, nous nous installions pour la nuit. Réveillés aux alentours de 11 heures, nous partions à la recherche d'un restaurant pour le déjeuner. Après une éventuelle brève visite de la ville nous repartions vers 15 heures pour six à sept heures de route, juste entrecoupées par de rapides arrêts dans des stations service. Arrivés au club vers 21 heures, nous enchaînions une prise de contact avec les organisateurs, un dîner, l'installation du matériel sur scène, un *line check* [13] et l'organisation du stand de *merchandising*. Puis le concert d'une durée moyenne de quarante-cinq minutes avait enfin lieu.

La pénibilité des conditions de vie des artistes « sur la route » est quelquefois difficilement imaginable. La mythologie rock, puisant largement dans l'idéal romantique, a contribué à façonner une version imaginaire de la bohème (Chastagner, 1998). Si bien que ce ne sont généralement que les quarante-cinq minutes de concert, les échanges qui s'ensuivent et l'image de l'itinérance, symbole d'une vie libre, qui sont retenues. Le mythe occulte puissamment la réalité et la rend d'autant plus trouble et plus fantasmatique que ce sont les artistes les plus célèbres et les plus désirables qui en constituent les modèles. Mais certainement pas ceux qui installent eux-mêmes leur matériel sur scène et passeront ensuite la nuit dans leur véhicule faute de pouvoir s'offrir un hôtel. Tableau évidemment beaucoup trop peu glamour pour que l'on puisse s'y identifier positivement et l'envier. L'une des réalités des artistes de statut modeste (Hugues, 1996 ; Becker, 1985) est celle que j'ai pu expérimenter au cours de cette tournée, où il apparaît que loin de l'idéal romantique, c'est plutôt la logique arithmétique qui domine. Par exemple, le fait de se lever en fin de matinée permet de faire l'économie du petit déjeuner et trouver un hôte pour la nuit permet de faire l'économie d'un hôtel : une somme de petits riens répondant aux exigences comptables.

La promiscuité est elle aussi un point épineux. Les contraintes de cette vie de déplacements condamnent ses protagonistes à vivre ensemble vingt-quatre heures sur vingt-quatre, l'habitacle de la voiture constituant l'espace physique partagé pendant un tiers au moins d'une journée. Un confinement qui rend la recherche d'une harmonie sociale particulièrement vitale. Comme chacun sait, l'être humain est

inégalement équipé face au manque de sommeil, aux désagréments des odeurs et des bruits corporels, aux carences affectives et sexuelles, à la faim, à l'ennui, aux tensions interindividuelles, etc. Les capacités à la gestion du stress sont diverses selon les personnes. Elles sont souvent déterminées par un certain nombre d'éléments externes. La bonne réception d'un concert, un accueil cordial et chaleureux, un bon repas constituent des facteurs de régénération et de paix sociale. A l'inverse, une salle quasiment vide, des ennuis avec un promoteur local indélicat ou le manque de repos constituent des éléments de frustration dont l'accumulation peut quelquefois devenir explosive. L'équilibre de la vie communautaire est constamment travaillé par une multiplicité de points de détails et il appartient à chacun de ses participants de gérer au mieux leurs aspects les plus négatifs, sous peine de quoi ils deviennent nuisibles à la cohésion du groupe et susceptibles de dégénérer en conflits ouverts.

Mon poste d'observation

J'ai occupé pendant cette tournée le rôle du quatrième homme, personnage de l'ombre aux multiples fonctions, parmi lesquelles quatre grands pôles sont identifiables. Premièrement, il s'agissait de partager le fonctionnement quotidien du groupe dans ses aspects les plus généraux. Fractionner le temps de conduite par quatre personnes au lieu de trois, permet un soulagement collectif considérable par exemple. Deuxièmement, pour des musiciens, il est toujours appréciable de disposer d'un assistant technique veillant à leur confort lorsqu'ils sont sur scène (tenir des rafraîchissements à leur disposition, surveiller leurs effets personnels, etc.) et qui est susceptible de les débarrasser de certaines tracasseries d'après concert (récupérer le cachet, trouver un endroit où dormir, conduire le véhicule, etc.). Troisièmement, j'ai eu pour attributions la vente et la gestion du *merchandising* du groupe, à savoir les disques (33 tours, 45 tours et CD) et les produits connexes tels que les t-shirts ou les casquettes. Finalement, outre la comptabilité du *merchandising*, j'ai également tenu la comptabilité de la tournée [14], mais sans avoir cette fois-ci la responsabilité de la caisse qui était tenue par un membre du groupe. Si les pratiques étaient communes pendant la majeure partie du temps, elles furent clairement disjointes à certains moments (pendant le temps du concert notamment), entraînant ainsi la distribution des fonctions et la division du travail.

Si la construction de la confiance entre Laurent, Nicolas, Jérémie et moi-même est entamée depuis plusieurs années comme je l'ai déjà rappelé, la normalisation de ma présence pendant cette tournée s'est opérée avant même qu'elle ne démarre. En effet, j'ai pris en charge la réalisation d'un dossier de subvention. Une démarche qui m'a probablement valu un crédit supplémentaire car elle marquait mon implication dans le projet global. Je ne pense pas surestimer la valeur réelle de mon expérience, néanmoins il me semble qu'une attitude volontaire et engagée, ou plus précisément l'occupation d'un rôle fonctionnel, permet de mieux tenir sa place au sein d'un terrain, ici d'un groupe, comme certains travaux ethnographiques en ont fait la démonstration (Peneff, 1992 ; Whyte, 1995 ; Wolf, 1995 ; Wacquant, 2000). Quant à mes attributions comptables, elles ont pris fin après avoir rendu les tableaux analytiques des comptes (quotidien et *merchandising*) quelques jours après notre retour en France.



Illustration 7

Un ethnographe au travail au High Five - Colombus, Ohio (10 juin). (Hein, 2003).

Prendre en charge ce *merchandising* est une activité que j'ai menée de manière totalement autonome. Pour cause, pendant que le groupe préparait son concert, j'organisais mon stand qui se devait d'être opérationnel dès le début de sa prestation. La tenue du stand, sur une table présentant l'éventail des produits à vendre généralement située au fond de la salle, était le seul moment de la journée où je n'étais pas directement en interaction avec le reste du groupe. Outre une fonction commerciale, cette charge consiste à occuper une position médiane entre un artiste et un public, par ailleurs consommateur potentiel. Il est fréquemment la personne que l'on vient voir en premier car sa position le rend plus immédiatement accessible. Chaque soir j'ai ainsi été soumis au feu des questions. Les plus récurrentes d'entre elles visaient à déterminer nos origines géographiques, le détail de notre périple américain et notre perception des Etats-Unis avec, à cette époque, un commentaire systématique concernant les tensions politiques franco-américaines. Tous les soirs ou presque, j'ai ainsi pu enregistrer les doléances de certains citoyens américains quant aux agissements de leur gouvernement, s'achevant invariablement sur une vision idéalisée de la France. La logique commerciale l'exigeant, il était nécessaire d'avoir une oreille attentive et encline à recueillir les confidences ; une posture que je pourrais imputer à une autre déformation professionnelle si je puis dire, tant elle s'apparente à une démarche ethnographique. Sans négliger cependant qu'en arrière-plan, de manière utilitariste, cette position me permettait d'identifier et de solliciter nos hôtes potentiels pour la nuit. Mais cette logique se veut bien entendu également prescriptive lorsque s'affiche la perplexité du client potentiel perdu devant les références disponibles [Illustration 7].



Illustration 8

Thundercrack en concert - Jackson, Mississippi (14 juin). (Hein, 2003).

Le rappel de l'ensemble de ces conditions de vie et le rythme des journées montrent à quel point il est impossible de ne pas être impliqué (ni de s'impliquer) lorsqu'on vit une expérience en immersion totale. Le choix ne se pose jamais. L'action s'impose. Le seul espace privatif dont dispose l'ethnographe réside alors dans son propre corps. Par la faculté qu'il a de s'abstraire mentalement et de manière momentanée — pour la prise de notes en particulier — à la cadence imposée par le quotidien. Il n'en est pas moins que ses sens sont sollicités en permanence. Le moindre dialogue ou événement, le moindre changement d'humeur ou de comportement affectant ses partenaires de voyage sont matière à réflexion. Il est en outre difficile de rester insensible à la morosité ambiante comme il est impossible de ne pas prendre part aux conversations en cours ; voire de ne pas être pris à parti lorsque couvent les tensions ou éclatent des conflits interindividuels. Une seule fois j'ai battu en retraite. Après avoir été très mal accueilli par le patron d'un club à Oxford (Mississippi) ayant refusé de nous servir à manger à notre arrivée aux alentours de 22 heures, l'ambiance s'est subitement dégradée ce soir là. Après avoir fait quelques courses dans une station service, nous nous sommes installés dans la voiture garée dans l'arrière-cour du club pour se restaurer. Comportement assez inhabituel manifestant une volonté de protestation par l'évitement du lien social sur le mode de la bouderie. Le climat régnant alors dans l'habitacle était particulièrement délétère. J'observais mes compagnons de route développer une paranoïa que j'ai alors jugé impossible à évacuer avec des mots, du moins à cet instant. J'ai préféré quitter le véhicule pour m'occuper de mon stand. J'en savais suffisamment pour analyser cet événement en terme d'accumulation de frustrations consécutives et à un défaut manifeste de reconnaissance, à quoi il faut adjoindre le manque de sommeil et une nourriture exécrationnelle. Nous étions arrivés à la moitié de la tournée et bien qu'atténué, ce sentiment de frustration s'est prolongé jusqu'au lendemain soir à Jackson (Mississippi). Thundercrack a probablement délivré ce soir là son concert le plus mémorable de la tournée. Cent cinquante personnes leur ont réservé un accueil des plus chaleureux. En outre, nous avons bénéficié d'un repas, le cachet a été augmenté, puis nous avons été invités à une fête qui s'est prolongée jusqu'au petit matin (heureusement c'était un *day off*) ; de quoi regonfler suffisamment les batteries pendant plusieurs jours. [Illustration 8]

L'immersion totale telle que je l'ai vécue ne va jamais sans poser un

certain nombre de questionnements épistémologiques quant aux effets induits par l'observateur, et cela en dépit de la théorisation de ce fameux « paradoxe de l'observateur » (Schwartz, 1993). Les rapports entretenus avec les membres de ce *combo* m'ont permis, me semble-t-il, de ne jamais faire face à de l'inhibition ou à de l'autocensure de leur part. Pourtant, par ma présence même, je suis pleinement conscient d'avoir quelque peu perturbé le fonctionnement habituel de leur cellule. Cela les a par exemple libéré d'une pression post-concert : pas de stand à tenir, liberté de consommer de l'alcool, etc. pourtant, illusion ou non, en prenant une place active dans le fonctionnement du groupe, ma position de sociologue semble avoir été reléguée largement en arrière-plan. Position extrêmement favorable à la pratique de l'observation participante. Il est à ce titre significatif d'avoir été contacté par un autre groupe lorrain préparant une tournée européenne afin d'assurer des fonctions similaires à celles que j'avais occupé avec Thundercrack.

Conclusion

Les réalités matérielles et les actions humaines relevant de l'organisation et du déroulement d'une tournée d'un groupe de rock se co-construisent réciproquement. Elles s'articulent au sein d'un réseau de relations entre des personnes, des dispositifs, des lieux et des objets. Si le processus d'organisation présenté dans ce panorama synthétique semble avoir un caractère relativement universel, les conditions de son déroulement présentent néanmoins quelques dissemblances selon l'aire géographique et culturelle dans laquelle elles se tiennent. En effet, dans une perspective comparatiste, une différence de traitement entre artistes selon qu'ils tournent aux Etats-Unis ou en Europe peut être appréhendée. Un examen attentif permet de dégager plusieurs éléments. Si l'on prend l'exemple de la France, il apparaît que le circuit *underground* est essentiellement constitué d'organisateur de concerts bénévoles (souvent réunis sous forme associative), véritables amateurs de musique. Ces amateurs cherchent généralement à offrir les meilleures conditions d'accueil possibles aux groupes qu'ils programment et cela quelle que soit la configuration du lieu où se tiendra le concert (salle municipale, bar, etc.). Ces derniers bénéficient d'un *catering* [15], d'un *soundcheck*, d'un repas, d'un hébergement, d'un cachet fixe, voire d'un petit déjeuner le lendemain de leur prestation. Les groupes américains que j'ai eu l'occasion de rencontrer au cours de cette tournée, ou à d'autres moments, sont parfaitement informés de ces conditions. Raison pour laquelle, ils mythifient à leur tour notre continent. Les clubs américains sont l'équivalent de nos bars rock (Bennett, 1980 : 91-93) ; à savoir des lieux privés à vocation commerciale. La distinction entre les deux tient essentiellement à la qualité de leurs équipements car les clubs américains que j'ai pu fréquenter sont majoritairement très bien équipés pour la diffusion de concerts (espaces adaptés, sonorisation à demeure, techniciens), ce qui est très rarement le cas des bars français. Pour le reste, dans les deux types de lieux, le projet économique prime sur le projet artistique. Les conditions d'accueil sont donc à l'avenant, selon le niveau de considération que le propriétaire du lieu porte aux artistes (Hein, 2001 : 60-63).

Quant aux membres de Thundercrack, ils ont partiellement vécu cette tournée comme une calamité. L'opération leur a coûté de l'argent personnel, chose qu'ils n'avaient pas envisagée au départ puisque les frais liés à leurs activités sont habituellement entièrement couverts par la

cagnotte du groupe. Si les royalties provenant de leur dernier album permettront de couvrir une partie de ce déficit, ces contraintes financières ont sensiblement affecté leur moral, comme y ont contribué certains traitements qui nous furent réservés. L'absence de tout support promotionnel de la part du label, à quoi il faut ajouter un certain nombre d'imprécisions, voire d'erreurs imputables au tourneur, ont considérablement dégradé les relations entre Thundercrack et ses deux principaux relais américains. Ces éléments ont également eu pour conséquences de faire naître un certain nombre de tensions internes au sein du groupe pendant la tournée ; celles-ci semblent finalement avoir été surmontées par un consensus visant à désigner plus ou moins clairement les responsables présumés. L'expérimentation de la rudesse des conditions d'exercice du rock'n'roll aux Etats-Unis s'effectue sans artifice pour les artistes de statut modeste. Elle renvoie à une réalité brute qui renseigne sur la détermination de ceux qui la pratiquent. Toutefois, afin d'en limiter les désagréments, il est nécessaire de procéder à des analyses rigoureuses du budget prévisionnel et, dans le même temps, d'examiner les dispositifs humains, structurels et matériels mis à disposition. Il ne s'agit pas ici de donner des leçons, ces aspects ont été débattus pendant la tournée. L'enjeu est ailleurs. Il s'agit avant tout de tirer les enseignements de cette expérience attestant de l'importance du travail ethnographique dans et pour le monde du rock.

Notes

[1] J'ai été bassiste. Toutefois, en 1999, j'ai joué de la guimbarde sur l'un des titres du dernier album de mon groupe. Il faut croire que le maniement de la guimbarde soit la seule compétence musicale que certains me reconnaissent. Ce qui n'est pas totalement faux par ailleurs.

[2] Je tiens d'ailleurs à remercier très chaleureusement les membres du groupe pour m'avoir permis de les accompagner.

[3] Feuilles volantes contenant un certain nombre d'informations que l'on glisse facilement dans une poche.

[4] Entre 1990 et 1996, Laurent et Nicolas ont fait partie du groupe The Squares avec lequel ils ont bénéficié d'un certain succès dans le milieu garage d'obédience britannique (Thee Headcoats, Billy Childish). En outre, à l'heure actuelle, en plus de Thundercrack, les membres du groupe sont investis dans d'autres projets musicaux. Nicolas et Jérémie ont monté un *one-man band* produisant chacun un blues punk décalé, tandis que Laurent est au centre d'un projet hip hop expérimental.

[5] Pour le plus grand plaisir des membres de Thundercrack, nous avons rencontré certains musiciens de ces formations pendant notre séjour.

[6] Dans le cas de groupes à notoriété importante, il se peut que les lieux de diffusion leur fassent directement des propositions. Mais je reste ici dans le cadre de la configuration la plus courante, d'où l'expression particulièrement adaptée d'artistes de statut modeste.

[7] Il s'agit de Dave Kaplan, qui s'occupe désormais de manière exclusive de la carrière des très populaires White Stripes.

[8] Cette opération se tient généralement plusieurs heures avant le concert et sert à ajuster le niveau sonore de chacun des instruments pour le confort des musiciens et celui du public. C'est ce qui est couramment désigné sous l'expression « faire la balance ». Bien que les contrats aient fréquemment mentionné une heure pour la tenue d'un *soundcheck*, le groupe n'en a réalisé aucun.

[9] Hormis les quelques disques qu'un groupe perçoit gracieusement lors de chaque nouvelle publication, il lui faut ensuite acheter ses disques à son label qui les lui facture à un prix avantageux.

[10] Pour un volume global de 666 \$, soit 594 €.

[11] En 1999, la tournée s'était achevée sur un solde positif. Les cachets oscillaient alors entre 200 et 700 \$.

[12] Le label a également été défaillant quant à l'organisation de rencontres entre la presse spécialisée et le groupe dans la mesure où aucune interview n'a été programmée pendant cette tournée.

[13] Vérification de l'état des connexions électroacoustiques reliant la chaîne d'amplification à la table de sonorisation. Cette opération marque

habituellement le début du concert. En règle générale, un *soundcheck* précède le *line check*. Je rappelle que Thundercrack n'en avait réalisé aucun.

[14] J'ai utilisé mon cahier de notes pour cette double comptabilité.

[15] *Catering* est le nom donné à la collation prévue pour les artistes lorsqu'ils arrivent au club en fin d'après-midi pour effectuer le *soundcheck*.

Bibliographie

BECKER Howard S., 1985, *Outsiders*, Paris, Métailié, [1ère éd. 1963].

BENNETT, H. S. 1980, *On becoming a rock musician*. Amherst, University of Massachusetts Press.

CHASTAGNER Claude, 1998, *La loi du rock*, Castelnau-le-Lez, Climats.

HEIN Fabien, 2001, *Les formes de la pratique rock en Lorraine. Groupes de rock, répétitions, concerts, enregistrements et distribution*, Rapport de recherche, Mission du Patrimoine ethnologique, ILSTEF, ERASE : 60-63.

HUGUES Everett C., 1996, *Le regard sociologique*, Paris, EHESS.

PENEFF Jean, 1992, *L'hôpital en urgence*, Paris, A.-M. Métailié.

ROLLINS Henry, 1994, *Get in the van. On the road with Black Flag*, Los Angeles, 2.13.61.

SCHWARTZ Olivier, 1993, « L'empirisme irréductible », in ANDERSON Nels, *Le Hobo : sociologie du sans-abri*, Paris, Nathan, coll. Essais & recherches : 271-274.

VINCENT Jean-Claude, 1996, *Seventies*, Offemont, Crypto Edition.

WACQUANT Loïc, 2001, *Carnets ethnographiques d'un apprenti boxeur*, Marseille, Agone, coll. Mémoires sociales.

WHYTE William F., 1995, *Street corner society. La structure sociale d'un quartier italo-américain*, Paris, La Découverte, éd. orig. 1943.

WOLF Daniel R., 1995, *Les " Rebels ". Une fraternité de motards hors-la-loi*, Montréal, Les Editions Balzac, coll. L'envers du décor.

Discographie et site web Thundercrack

- « The punk rocket » (Royal Records *EP* 1997)
- « Own shit home » (Estrus Records *CD/LP* 1998)
- « The crack » (Estrus Records *CD* 2002)

Site internet :

<http://www.thundercrack.org> (lien brisé au 26 octobre 2005)