



HAL
open science

La réception de la trap en France : du genre musical à la culture trap

Mélanie Laffiac

► To cite this version:

Mélanie Laffiac. La réception de la trap en France : du genre musical à la culture trap. Sciences de l'information et de la communication. 2018. dumas-02965741

HAL Id: dumas-02965741

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02965741>

Submitted on 13 Oct 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Management et culture

Option : Magistère, management et culture

La réception de la trap en France

Du genre musical à la culture trap

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

Tuteur universitaire : Judith Dehail

Nom, prénom : LAFFIAC Mélanie

Promotion : 2017-2018

Soutenu le : 16/11/2018

Mention du mémoire : Bien

REMERCIEMENTS

Ce mémoire n'aurait pu voir le jour sans le concours et le soutien de :

Karine Berthelot-Guiet, directrice du CELSA ;

Joëlle Le Marec, responsable universitaire, pour sa bienveillance et son écoute ;

Judith Dehail, tutrice universitaire, pour ses conseils, ses enseignements et l'accompagnement précieux qu'elle a offert tout au long de l'année ;

Arnaud Houndjo, tuteur professionnel, pour m'avoir reçue, écoutée, et conseillée avec bienveillance et franchise ;

Sylvie Gesson, pour son aide, sa gentillesse, son accompagnement et sa disponibilité tout au long de la formation ;

Thierry Devars et autres professeurs du CELSA pour leurs enseignements ;

Mes camarades de classe pour leur bonne humeur et leur soutien pour ce mémoire, particulièrement Colombe Courau, Harry Clunet-Farlow, Julie Brébant, Antoine Lalande, Maïté Marque, Jeanne Canus-Lacoste et Armand Cosseron ;

Joséphine Boriès, Niels Laloë, Gabrielle George, Alexandre Janovet, Kévin Abdoul, pour leur présence tout au long de ce mémoire ;

Matthieu Dima, Marie-Agathe Chevalier, Aubin Makuiza, pour leur aide et leur curiosité musicale ;

Yvon Chagué, Marie Philippon, Laurent Selinder, Sidonie Hussenot Desenonges, Mélanie Thomé, Alix Rullier, Kahina Harrache, Alexiane Besle, Lou Kisiela, Solène Daligny, Lou Kisiela, Romain Mathevet, Paul Champagne, Joris Dupuis, Axel Chapelier, Owen Coogan, Léo Tavoni, Constant Thiard, Marc de Pierrefeu, Violaine Peccoud et Nastasia Matignon pour avoir pris le temps de répondre à mes questions ;

à ma famille et mes proches pour leurs encouragements.

Table des matières

INTRODUCTION.....	5
I. LA SCÈNE TRAP : ORIGINES ET DÉFINITION D'UN GENRE MUSICAL....	11
A) Approche linguistique et esthétique de la trap en tant que genre musical	11
1. <u>Analyse linguistique du mot trap</u>	<u>11</u>
a. <i>Étude des origines du mot « trap » dans la langue anglaise.....</i>	<i>12</i>
b. <i>Jusqu'à son apparition en France en tant que xénisme puis néologisme</i> <i>.....</i>	<i>14</i>
2) <u>Approche musicale et technique du genre : l'esthétique de la trap en termes de</u> <u>production.....</u>	<u>15</u>
a. <i>La trap en termes de composition : analyse musicale du genre.....</i>	<i>15</i>
b. <i>Musique électronique actuelle : les conditions de production et la</i> <i>scène.....</i>	<i>18</i>
B) Analyse sémiologique de la trap : les imaginaires de la trap music.....	20
1. <u>D'une réalité sociale à des imaginaires et représentations.....</u>	<u>20</u>
a. <i>Une scène née à Atlanta et influencée par la scène locale qui</i> <i>s'internationalise.....</i>	<i>20</i>
b. <i>Un genre qui passe de scènes alternatives a des scènes</i> <i>institutionnelles.....</i>	<i>21</i>
2. <u>La trap comme genre musical producteur d'images.....</u>	<u>23</u>
a. <i>De l'esthétique visuelle : clips et scénographie.....</i>	<i>23</i>
b. <i>Aux thématiques : l'ascension et la dépression.....</i>	<i>26</i>
II. LA SOCIOLOGIE DE LA TRAP US : ÉTUDE DE SA RÉCÉPTION ET DE SES INFLUENCES EN FRANCE.....	28
A) Les publics de la trap : des communautés de publics hétérogènes et jeunes.....	28
1. <u>Un style musical populaire auprès des 15-30 ans.....</u>	<u>28</u>
a. <i>Un public majoritairement jeune.....</i>	<i>28</i>
b. <i>Hors des logiques de classes : un genre populaire.....</i>	<i>29</i>
2. <u>De l'importance des pratiques digitales et des modes de vie.....</u>	<u>30</u>
a. <i>Un public aux pratiques numériques.....</i>	<i>30</i>
b. <i>La trap : une musique de soirée et d'expériences.....</i>	<i>32</i>
B) La perception de la trap chez les publics : de la musique à la culture	32
1. <u>De la musique et des artistes.....</u>	<u>33</u>

<i>a. D'abord des impressions esthétiques : sensations et impressions.....</i>	33
<i>b. Mais aussi des humains : perception des artistes et empathie.....</i>	34
2. <u>au mode de vie et à la culture.....</u>	35
<i>a. Construction d'un mythe : quand la trap devient un nom.....</i>	35
<i>b. Objets et coutumes : la trap en dehors de la musique</i>	36
III. DU GENRE MUSICAL A LA CULTURE TRAP : QUELS ENJEUX EN	
TERMES DE COMMUNICATION ?.....	38
A) Vers plus de personal branding et marketing d'influence.....	38
1. <u>Le personal branding et la création d'une image de marque.....</u>	38
<i>a. L'esthétique : la construction d'un personnage</i>	39
<i>b. Le caractère : la construction d'une personnalité</i>	41
2. <u>Les médias comme canaux de communication privilégiés.....</u>	42
<i>a. Presse et audiovisuel : la question de la visibilité.....</i>	42
<i>b. Réseaux sociaux : susciter l'engagement du public</i>	44
1. <u>La trap sur le plan vestimentaire : de la culture du streetwear au luxe.....</u>	45
2. <u>Relation artistes-marques : des ressources financières.....</u>	47
<i>a. Les artistes pour les marques : de nouveaux influenceurs/ses.....</i>	47
<i>b. Les marques pour les artistes : de nouveaux entrepreneurs/ses.....</i>	48
<i>c. Le statut ambigu des labels : des médiateurs ?</i>	49
C) Le rôle du glocal et l'ubiquité de la trap.....	51
1. <u>Le rôle de l'humain : communautés et réseaux.....</u>	51
<i>a. Entre collaboration : le rôle du réseau.....</i>	51
<i>b. Et distinction : popularisation et fidélisation.....</i>	52
2. <u>La trap : un phénomène glocal dans une culture globalisée</u>	54
<i>a. Les influences du local sur la réappropriation de la trap en dehors des</i> <i> états-unis</i>	54
<i>b. La trap comme expression d'une culture globalisée, digitale et</i> <i> capitaliste</i>	55
CONCLUSION.....	57

INTRODUCTION

Le 22 septembre 2017, l'artiste japonais Kohh¹ se produisait à Paris pour la deuxième année consécutive. À la suite de deux groupes de rap français, il introduisait sa performance avec *Paris*² et entrait sur scène en répétant le mot « worldwide ». Le 21 juin de l'année précédente, il investissait les planches du Moulin Rouge aux côtés d'autres stars internationales comme A\$AP Rocky, A\$AP Nast³ – États-unis – Ichon⁴ – France – ou encore Pxxr Gvng – Espagne –, leurs œuvres à tous ayant déjà été

1 Annexe no 1 – Observation no1 – Kohh (JP) Usky (FR) Nelick (FR), Trabendo, Paris, 22/09/2017

2 Kohh, « Paris », 2015, GunSmith Production <https://www.youtube.com/watch?v=M9WHVBIMKIs>

3 A\$AP Mob, « Walk On Water », Cozy Tapes Vol.2 : Too Cozy, A\$AP Worldwide, 2017
<https://www.youtube.com/watch?v=JQri8DPACB4>

4 ICHON, « Marche ou crève », #FDP, Myth Syzer, 2016
<https://www.youtube.com/watch?v=y7ramvn7PEg>

caractérisés comme trap.

Utilisé dans un sens musical, ce mot désigne initialement une scène locale du sud des États-Unis, qui s'est développée à partir des années 1990 dans des villes comme Atlanta. Pourtant, aujourd'hui, le terme est utilisé pour désigner les œuvres d'artistes américains, mais aussi japonais, français, italiens etc. Le genre s'est globalisé et semble devenir toujours plus polymorphe. Pendant le concert, si certaines personnes invoquaient des références propres à la culture de l'artiste (la langue, l'histoire de l'artiste...) je retrouvais *en fait* des similitudes avec les publics de la trap U.S. : sociologiques, vestimentaires, langagières ou encore gestuelles, impliquant *en droit* une culture globalisée. La question était alors de savoir d'où venait cette culture et ce qui, en dehors de l'aspect purement musical, s'exprimait à travers le mot trap dans sa réception à l'étranger ; autrement dit, de comprendre le rôle de la scène locale dans la construction des représentations à l'international, ici en France.

Encore absent du lexique français dans les années 2000, le mot *trap* est apparu dans les médias et chez diverses communautés urbaines au tournant des années 2010 pour désigner un certain type de musique. Dans son acception musicale, il est utilisé pour la première fois comme tentative de conceptualisation d'un genre rap issu du Dirty South⁵. Le genre va évoluer dans les années 2000, impliquant des thématiques spécifiques et des scènes locales. Il est alors historiquement lié à des communautés d'artistes et à des références culturelles qui lui sont propres : né aux États-Unis du trafic de drogues, son esthétique est encore aujourd'hui largement influencé par ses origines. Pour autant, le mot tend de plus en plus à se réduire à la définition d'un simple style⁶ – ou ensemble de sonorités caractéristiques : il peut être utilisé pour qualifier des œuvres d'influences dubstep (avec la heavy trap) électro (edm trap) ou encore pop et le style se popularise auprès de nombreux artistes. L'originarité⁷ du mot semble avoir toujours moins d'impact dans la réception genre, alors que son originalité⁸ ne cesse d'évoluer et de définir de nouvelles formes esthétiques et culturelles.

Ainsi, la réception de la trap et sa popularisation semblent occulter une partie des références culturelles propres aux origines du genre. Le genre passe alors de scènes underground à des scènes institutionnalisées. À partir de comment il est perçu et reçu en France, j'ai tenté d'appréhender l'évolution du genre en France et sa réception comme des phénomènes⁹ observables révélateurs de

5 Désigne un sous-genre du hip-hop né aux Sud des Etats-Unis (Atlanta, La Nouvelle-Orléans, Houston, Memphis et Miami)

6 « Catégorie de l'esthétique permettant de caractériser l'organisation des formes verbales, plastiques, musicales, que l'histoire de l'art a identifiées et décrites comme ayant fait époque ou comme étant marquées par un artiste particulier » et « manière de composer particulière à un auteur, une école ou caractère distinctif d'une œuvre » (cntrl.fr)

7 L'origine historique : d'où vient le mot ?

8 L'origine thématique : ce qui le détermine comme usage

9 « Ce qui apparaît, ce qui se manifeste aux sens ou à la conscience, tant dans l'ordre physique que dans l'ordre psychique,

certaines pratiques médiatiques ou de consommation. En comprenant ce que la trap évoquait aujourd'hui chez les publics et les références culturelles qu'elle invoquait, il s'agissait d'identifier les enjeux communicationnels et les leviers marketing principaux de la scène en France. En effet, gagnant en popularité auprès de publics toujours plus variés, le genre convoque des imaginaires qui ne se réduisent pas à une dimension strictement musicale : il s'exprime à travers des styles, des expressions, des représentations... Or, comme le montre Lucien Perticoz, l'écoute de musique enregistrée « participe d'un processus de création identitaire qui est loin d'être sans valeur pour (les) auditeurs » en ce qu'elle est « *un loisir faisant partie intégrante de la définition de leur subjectivité* »¹⁰. Partant de ce constat, il s'agissait de comprendre comment ce processus s'exprimait dans le cas de la trap et dans quelle mesure il reposait sur des références culturelles parfois ignorées des publics. Il ne s'agit pas de trancher un faux débat sur ce qui est trap et ce qui ne l'est pas, mais de phénoménaliser le genre pour comprendre comment il a évolué dans les perceptions.

La globalisation du genre semble s'être accompagnée d'un phénomène de normalisation ; parfois réduite à une ou deux normes instrumentales, la trap s'exporte un peu partout. Elle est dans ce processus liée à certains codes, qu'ils soient esthétiques, linguistiques ou encore musicaux et s'insère de plus en plus dans la « culture de masse » en ce qu'elle devient représentation « *de mythes, de notions, d'images, de modèles culturels assez rudimentaires qui sont répandus par tous ces organes et moyens de diffusion (la télévision, la radio, le cinéma, les magazines, la publicité)* »¹¹. L'usage du mot trap s'accompagne parfois d'un oubli, le plus souvent d'une certaine distance avec ses racines et tend à devenir un mot-besace¹² dont il s'agira d'étudier les différents sens ; l'entretien quantitatif mené dans le cadre de ce travail a révélé plusieurs catégories de mots utilisés pour la définir. Ils sont relatifs :

- au genre musical : genre, rap (x3), gangsta, minimal, hip-hop (x3), électro (x2), mumble
- à un statut, point de vue : branché, populaire, novateur
- à la structure musicale et à la sensation ressentie lors de l'écoute : rythmé (x7), énergie, puissant (x2), irrégulier, simple, violent (x2), efficace, explosif, brutal (x2), beat, drop, flow, mouvement
- des mots relatifs à l'esthétique, qu'elle soit sonore ou visuelle : résonnance, basses (x2), bruyante, pixels, violet
- à la technique : boîte à rythmes, électronique, logiciel

et qui peut devenir l'objet d'un savoir » et « ce que l'on observe ou constate par l'expérience et qui est susceptible de se répéter ou d'être reproduit et d'acquérir une valeur objective, universelle » (cntrl.fr)

10 MATTHEWS, J.T., PERTICOZ, L. (dir.) *L'industrie musicale à l'aube du XXIe siècle. Approches critiques*, Paris : L'Harmattan, coll. Questions contemporaines, série Les industries de la culture et de la communication, Chap. 1 « La mise en musique du quotidien », 2012, p. 25.

11 Culture de Masse, www.cntrl.fr, (*Sociol.* 1970, p. 71)

12 SCHAEFFER, P. *Machines à communiquer*, vol.2, Paris : Seuil, 1972.

- à la drogue : drogue, codéine, acide
- à la voix et aux enjeux politiques : paroles, revendications, belles paroles¹³

Partant de ce constat, j'ai cherché à comprendre comment la trap, à partir de l'apparition du mot et de ses usages en France, a d'abord été définie comme un genre, avant d'être liée à des représentations qui s'expriment hors du champ musical et qui réfèrent en droit à une culture – entendue comme « dans un groupe social, ensemble de signes caractéristiques du comportement de quelqu'un (langage, gestes, vêtements, etc.) qui le différencient de quelqu'un appartenant à une autre couche sociale que lui »¹⁴ ; autrement dit, comprendre sur le plan de la recherche, quelles étaient ces différentes représentations, et comment, sur le plan professionnel, celles-ci s'expriment à travers la réception – tout en identifiant dans un même temps les acteurs principaux de la transmission et du développement de ce phénomène. Les marques et les médias apparaissaient dans ce cadre, aussi bien comme des relais que comme des prescripteurs de cette culture, auprès des artistes et des publics.

Les questions de départ peuvent donc être ainsi résumées : que signifie le mot trap ? à quoi réfère-t-il ? qu'est ce qui le décrit comme genre musical ? quels imaginaires évoque-t-il ? qui sont ses publics, leurs usages et représentations ? Qui sont les acteurs du mouvement et quelles relations entretiennent-ils entre eux ? Dans quelle mesure participent-ils à la construction de la scène en tant que genre musical mais aussi comme culture ?

Si elle semblait à l'origine être un mouvement underground émergent du rap dans le sud des U.S., elle devenait en gagnant en popularité un terme de plus en plus polysémique. La popularisation du style hors des frontières américaine s'est vécue de manière rapide et intense ; il s'agissait d'observer ce qui pouvait expliquer ce phénomène. De la même façon que la danse et que le graf pour le hip-hop, il semblait probable que certaines formes, autres que musicales, jouent un rôle en tant qu'acteur de la culture trap – pour autant qu'on puisse postuler son existence – et de sa diffusion. Ainsi, dans quelle mesure la trap, à l'origine une certaine pratique du rap dans le sud des états-unis, est-elle reçue en France comme une culture qui s'exprime en dehors du champ musical ?

Pour répondre à cette question en observant les principes du constructivisme Bachelardien, j'ai tenté d'adopter un point de vue sémiologique sur le phénomène en mêlant diverses approches (linguistique, musicologique, sociologique, ethnographique, marketing...) et en veillant à ne pas tomber dans le déterminisme malgré la complexité du phénomène étudié. De la définition à l'explication en passant par l'analyse, il s'agit de comprendre ce à quoi réfère aujourd'hui la trap, aussi bien sur le plan

13 Annexe no 12 – Entretien quantitatif, ensemble de données recueillies sur GoogleForm

14 Définition du dictionnaire Larousse

lexical que musical ou esthétique, pour ensuite comprendre comment ces représentations s'expriment chez les publics, notamment le public parisien. Ce faisant, il paraît *en droit* possible d'identifier les acteurs principaux du mouvement et de sa diffusion en France et d'en analyser les stratégies et enjeux culturels.

Hypothèse no1 : en France, la trap est un terme qui sert à désigner un genre musical

Hypothèse no2 : la trap est un genre musical caractéristique qui se définit selon certains codes et esthétiques qui sont en grande partie liée à sa culture d'origine (locale)

Hypothèse no3 : la trap est appréciée par une certaine communauté de publics, jeunes et urbains

Hypothèse no4 : les médias et les marques ont participé à la réception en France de la trap en tant que genre musical, mais aussi à sa définition en tant que culture

Pour étudier les enjeux de la réception de la trap U.S. en France et les stratégies de ses principaux acteurs, la méthodologie employée a été la suivante :

- Enquête qualitative : des entretiens directifs et semi-directifs avec des publics principalement citadins et jeunes en France. Le choix de limiter les entretiens à un public jeune s'explique par les observations de terrain indiquant un public généralement âgé de 15 à 30 ans.
- Enquête quantitative avec un questionnaire sur la trap et sa perception chez les différents publics
- Enquête de terrain : observations participantes, principalement à Paris : Kohh-Le Trabendo-24.07.17, trap Française-Nouveau Casino-08.12.17, Rich Brian-La Bellevilloise-01.03.18, Playboi Carti-Elysée Montmartre-03.03.2018, Denzel Curry-La Machine du moulin rouge-29.04.18, Lean Chihiro-La Place-26.05.18, Copenhague-08.2018 (club hip-hop, Lisbonne), soirées d'appartement, magasins, lieux de loisir, espace public...
- Corpus d'une trentaine d'artistes et d'oeuvres sélectionné.e.s en fonction de leur popularité et de leur récurrence dans les entretiens, observations... Si l'analyse a mobilisé des œuvres d'artistes asiatiques ou européen, la majorité du corpus est américain, l'objectif initial étant d'observer le décalage – ou non – de la culture d'origine avec la culture d'accueil.
- Presse et audiovisuel : articles médias généraux et médias spécialisés, comptes-rendus, analyses, documentaires
- Bibliographie scientifique et critique : sur la trap et surtout autour des concepts abordés de manière transversale (sociologie des médias, étude de la réception, cultural studies...)

La trap semble aujourd'hui être construite sur plusieurs cultures et en cela elle a un fort

potentiel ubiquitaire. Entretien une relation intéressante avec les marques et les médias, les acteurs de la scène trap semblent s'inscrire dans une dynamique globale, qui, au-delà de ses attaches locales, s'exprime sur le plan global. Il s'agissait ainsi d'aborder la trap comme un phénomène complexe, à plusieurs dimensions : non pas le considérer uniquement comme un genre musical, mais, suivant les observations, l'envisager dans sa relation avec la mode, la consommation, les lieux.

Je veux montrer (I) qu'en France, l'utilisation du mot trap dans l'espace médiatique se rapporte initialement à la musique et à des scènes locales (II) mais qu'il existe, en amont d'un genre musical, une « culture trap » en ce qu'il existe des regroupements de pratiques, références culturelles, ou messages qui lui sont liés. Si elle s'exprime différemment en fonction des publics, on étudiera ici l'importance des médias, des marques et des systèmes relationnels en tant que canaux privilégiés de cette culture, mais aussi comme prescripteurs de celle-ci.

1§ (I) Autrement dit, la trap semble se construire comme un mythe au sens de Barthes en ce qu'elle invoque différents niveaux de significations. (a)(1) Dans son sens originel anglais, le mot trap renvoie au champ lexical du *piège* et il désigne de manière informelle des lieux liés au trafic de drogues.(2) L'utilisation musicale du terme vient se greffer aux premiers sens du mot et il est le seul sens que la langue française retient comme xénisme puis comme néologisme. (b)(1) Il fait alors référence à une forme musicale et (2) implique des conditions de production particulières. Parfois réduit à un style, il fait aussi référence à certaines cultures d'origines. (II) Né sur des scènes alternatives, la trap s'institutionnalise et se présente comme un genre codifié. (a)(1) Originnaire d'Atlanta, elle arrive en France et dans le reste du monde dans les années 2010,(2) et investit de nouveaux lieux, toujours plus institutionnels. Ce faisant, les représentations qui lui sont liées évoluent et elle s'accompagne d'imaginaires qui la constitue en tant que genre identifiable, aussi bien sur le plan esthétique qu'idéologique.

2§ (I)(a)(1) Les publics de la trap sont pour la plupart jeunes bien que (2) sociologiquement variés. (b)(1) Ils sont dans ce que Rifkin appelle « l'âge de l'accès » et sont pour la plupart influencés par la culture numérique, qu'elle soit musicale, audiovisuelle ou textuelle. (2) Ils sont ainsi la plupart actifs sur les réseaux et certains montrent un fort potentiel d'engagement. (II)(a) Les sentiments et sensations liés à l'écoute (ou au visionnage d'un clip) sont en partie liés aux représentations qu'ont les publics de la trap et de ses images. Il s'agira donc d'étudier quelles sont les perceptions chez les publics de la trap du point de vue de la musique, mais aussi des artistes, pour voir comment elles font référence (b) aux modes de vie et à la culture des publics les plus initiés. En effet, la trap semble se constituer en mythe, (1) invoquant certains objets et signes (2), qui s'exprime au delà du style musical et relève de modes de vie, styles vestimentaires, modes de consommation...

3§ S'il existe donc une dimension musicale de la réception de la trap en France, force est de constater que le phénomène s'étend à d'autres domaines comme la mode, les pratiques... Il s'agira alors de capter l'importance de certains acteurs précis dans la transmission et le développement de certains parties de ce phénomène multidimensionnel pour étudier quelques enjeux du développement du style en France. (1) Il existe dans la trap un phénomène de normalisation qui pousse les artistes à se démarquer sur d'autres champs que celui de la musique. Pour les artistes, cela se traduit souvent dans une stratégie de (1) marketing d'influence qui passe par (a) le personal branding, aussi bien sur le plan (1) esthétique que sur celui de la (2) personnalité. Les (b) médias se présentent alors comme canaux de communication privilégiés pour les artistes, notamment la (1) presse et l'audiovisuel et (2) les réseaux sociaux, qui permettent de susciter visibilité et engagement. Sur le plan financier, les marques représentent quant à elles une aubaine pour les artistes et jouent un rôle important dans la diffusion de cette culture : en effet, la trap est intimement liée à la mode et aux changements de paradigmes qui se jouent aujourd'hui autour du streetwear, qu'il vienne du fast-fashion ou du luxe. Elle implique alors (b) des relations de pouvoir entre les artistes et les marques, qui se présentent comme des ressources : (1) aussi bien les artistes comme influenceurs/ses pour les marques (2) que les marques pour les artistes, qui multiplient leurs casquettes et deviennent des entrepreneurs/euses, interrogeant alors le rôle des labels (3) dans la production musicale actuelle.

Ainsi, la (3) trap dépasse le local pour s'exprimer sur le plan glocal : la réception témoigne à la fois de l'ancrage des représentations d'origine que des réappropriations qui en sont faites en France. Les communautés de publics et les réseaux d'artistes semblent alors fonctionner selon une double logique de (a) collaboration et de (b) distinction. En (1) s'internationalisant, la trap (2) devient l'expression d'un exutoire face à la violence contemporaine autant qu'elle en est l'une des manifestations ; elle exprime à la fois un lien fort avec son origine autant qu'elle s'en émancipe en absorbant de nouveaux codes et nouvelles références culturelles. C'est une scène qui se construit et évolue grâce aux communautés de publics et à son ubiquité, aussi bien culturelle que musicale.

I. LA SCÈNE TRAP : ORIGINES ET DÉFINITION D'UN GENRE MUSICAL

A) Approche linguistique et esthétique de la trap en tant que genre musical

1. Analyse linguistique du mot trap

Pour comprendre ce qu'est la trap, il faut dans un premier temps comprendre quelles sont les

origines du mot et les usages qu'elles recouvrent en termes linguistiques. Le but est de voir dans quelle mesure ces différentes définitions peuvent être par la suite mises en regard avec l'utilisation du terme trap dans le domaine de la musique et de comprendre comment elles nourrissent son usage en France. En tant que genre nommé, il devient un ensemble de signes et de codes qui s'expriment avant tout sur le plan musical : nous étudierons alors le genre aussi bien du point de vue de la composition musicale que de la production, avant d'aborder ses origines géographiques. Né à Atlanta et en fortement influencé par cette scène locale, le genre s'internationalise et passe en se popularisant de scènes alternatives à des scènes institutionnelles. Il devient alors un genre producteur d'images, aussi bien sur le plan visuel que sur le plan thématique. Nous verrons alors que si le genre est né sur la base de certains codes influencés par le local, il devient un genre internationalisé qui fait aussi bien référence à un style musical qu'à des images et imaginaires.

a. Étude des origines du mot « trap » dans la langue anglaise

« Trap = piège. Tout est dit. »

Tout est dit, mais rien ne l'est : cette citation extraite de l'enquête quantitative m'a semblé frappante car elle témoigne d'un ensemble de représentations qui demeurent invisibles à l'amateur sans travail herméneutique préalable. Le mot trap peut en effet être utilisé pour référer à des sens différents de l'usage musical. Pour autant, les premiers sens du mots semblent avoir influencé le choix du mot *trap* pour désigner le style. C'est pourquoi il s'agit ici de balayer les différentes définitions du mot « trap » sous sa forme originelle anglaise afin d'en identifier les différents sens, champs sémantiques et synonymes. Le but est de comprendre les liens et influences que ces derniers entretiennent avec son utilisation dans le champ musical.

Comme nom, le mot anglais trap¹⁵ - équivalent en français du mot « piège » - peut avoir différents sens : les premiers sens du mot appartiennent au champ lexical de la chasse et renvoient à un objet (pour capturer une proie) ou à une situation (le fait de tendre un piège, d'être emprisonné quelque part, d'être bloqué). Ils sont les sens que la langue française retient dans les dictionnaires à travers le mot trappe, les deux mots partageant la même racine racine étymologique – du latin médiéval « trappa ». Il sert aussi à désigner un contenant, un endroit où quelque chose est collecté, mais aussi un moyen de transport. À la suite de ces six définitions, on en trouve trois autres pour désigner : la bouche, des percussions et un endroit où les drogues sont vendues. Il est intéressant de noter que ces trois dernières acceptions sont précédées de la mention « informal » et que la dernière –

15 Annexe no 13 – Capture d'écran des résultats de traduction Google pour le mot *trap*

provenant du slang¹⁶ – qui désigne un lieu, porte en plus le sigle « US » : cette mention rattache l'usage du mot à un territoire.

Comme verbe, le mot peut être employé de plusieurs manières : « to trap » désigne à la fois le fait d'attraper, de capturer quelque chose, mais aussi une interaction sociale, celle qui consisterait à duper - « to trick » - une personne. « To be trapped » peut traduire le fait d'être bloqué, physiquement ou psychologiquement. On trouve donc ici l'idée d'enfermement, de duperie, de relation de pouvoir qu'on va retrouver en filigrane dans l'esthétique et les thématiques de la *trap music*. En France, s'il existe des équivalents du mot, « trap » est utilisé dans sa forme anglaise. Sous cette dernière forme, le mot définit toujours le genre musical – si on exclut la forme composée « trap-ball », sport de tir importé des États-Unis qui a fait son apparition en France avant le genre musical.

Si dans la mythologie des origines de la trap, véhiculée à travers les documentaires et les imaginaires qui lui sont rattachés, le mot peut représenter des faits, des objets et des sentiments, il désigne aussi des lieux. Il est rattaché à Atlanta et plus largement aux États-Unis à des lieux liés aux trafics et à la production de drogues : les traphouses, bandos ou encore crack houses. À la question de savoir pourquoi ces lieux portent ce nom, le rappeur Curtis Snow répond « it's a trap [...] there is one way in one way out ». L'architecture de ces lieux est donc directement liée à l'idée de piège, d'enfermement. Le mot peut aussi être utilisé sous la forme « trap star » pour désigner les gérants de ces lieux (autrement dit drug dealer). Ces endroits, souvent décrits comme des lieux plus ou moins insalubres et situés dans les culs de sacs des quartiers périphériques des villes, servent de lieux de production, de distribution ou de stockage de drogues, mais pas seulement. Ils sont souvent associés à la production de musique : « where's there a trap [entendu comme trap house] there's a studio »¹⁷. Les lieux donnent naissance à un style musical, désigné lui aussi par le mot trap.

Dans son acception musicale, le genre est rattaché au système de valeurs du hip-hop et se présente comme une évolution du rap – impliquant a priori une nouvelle génération d'artistes, une nouvelle esthétique, de nouveaux sujets et de nouveaux objets. Sous sa forme musicale, le mot est apparu en 2003 avec l'album de T.I. « Trap muzik »¹⁸. L'année de sa parution, l'album est 4e du Billboard 200 et en 2007 il est certifié disque de platine. C'est la première occurrence du mot pour caractériser un genre, mais il faudra attendre des artistes comme Gucci Mane ou Young Thug pour que le genre prenne réellement forme. En effet, on ne retrouve pas encore dans le morceau « Trap Muzik » ce qui fait l'essence sonore de la trap aujourd'hui pour le grand public. Souvent critiqué comme un

16 Définition du Larousse : « nom donné à l'argot dans les pays anglo-saxons »

17 SNOW Curtis in. NOISEY, Atlanta, MORTON, T., Ep1 « Welcome to the trap », 2015
https://video.vice.com/en_us/show/noisey-atlanta

18 T.I., « Trap Muzik », Trap Muzik, Atlantic Records, 2003
<https://www.youtube.com/watch?v=qXiJ0aePwhk>

genre pauvre, parfois même comme un « fléau¹⁹ » pour le rap, elle est aussi présentée comme le nouveau rap, voire même la nouvelle pop : « majoritairement assimilé à de la pop culture, c'est un genre musical qui est présent et implanté sur tous les continents » ou « un mouvement à part entière, qui influence le monde de la musique de différentes manières » peut-on lire dans le rapport d'enquête quantitative. Le rap est souvent décrit comme l'un des genres les plus écoutés au monde et le style trap semble s'être généralisé auprès d'une large partie de la scène hip-hop actuelle²⁰. Avec la globalisation, elle gagne ainsi en popularité, notamment auprès de jeunes publics et arrive en France grâce aux concerts et aux médias, dont internet au premier plan.

b. Jusqu'à son apparition en France en tant que xénisme puis néologisme

En France, la première occurrence observée du mot a été celle du site Pure People en 2009 dans un contenu bien éloigné de la thématique musicale²¹. Cette occurrence est due à la citation d'un titre de Young Jeezy : *Trap Star*²², dans lequel a figuré Vida Guerra, une actrice et mannequin. Il faut ensuite attendre 2012 pour que le mot apparaisse dans les titres sous une autre forme que celle de la citation de titre d'oeuvres ou de mixtapes. Sur Slate.fr²³, le terme est utilisé pour la première fois pour désigner un genre musical : « dernièrement dans ce genre gangsta, on a eu la "trap music" de T.I, Young Jeezy ou encore Waka Flocka Flame, bande-son essentiellement sudiste célébrant le trafic de coke ». Ici, l'usage du mot est encore employé avec un commentaire métalinguistique. Ce dernier met en évidence deux éléments clés de la définition de la trap : son lien à la culture américaine et à l'univers des dealers et des stupéfiants. Ce n'est qu'en 2013 que le mot peut être considéré comme un vrai néologisme²⁴, étant pour la première fois utilisé comme substantif : « *Le trap est-il le nouveau dubstep ?* ». N'étant pas encore réellement sûr de ce qu'il définit, l'emploi du terme trap reste hasardeux, mais commence néanmoins à gagner en ampleur. Encore aujourd'hui, beaucoup de gens l'assimilent au rap, mettant de côté la distinction qu'il peut y avoir sur les autres plans que celui de la musique : « C'est le "paradigme" rap actuel », « c'est du rap avec un beat particulier »²⁵. L'utilisation

19 BOOSKA P, « La trap est-elle en train de tuer le rap français ? », Yago, 23/01/2015.

<https://www.booska-p.com/new-la-trap-est-elle-en-train-de-tuer-le-rap-francais-chronique-n41517.html>

20 MITCHELL, T. (ed.) *Global Noise. Rap and Hip-Hop outside the USA*, Middletown : CT – Wesleyan University Press, 2001.

21 PUREPEOPLE, « La bomba latina Vida Guerra cambre les reins pour vous souhaiter bonne nuit », 03/09/2009.

http://www.purepeople.com/article/la-bomba-latina-vida-guerra-cambre-les-reins-pour-vous-souhaiter-bonne-nuit_a36916/1

22 YOUNG JEEZY, « Trap Star », Let's Get It : Thug Motivation 101, 2005 - <https://www.youtube.com/watch?v=FgXBAduGrc>

23 SLATE, « La jeune génération défoncée du rap US », VERNAY, E. 08/01/2012.

<http://www.slate.fr/story/48423/jeune-generation-drogues-rap-us>

24 20MINUTES, « Le trap est-il le nouveau dubstep ? » BERRY, P. 20/03/2013.

25 Annexe no 12 – Entretien quantitatif, ensemble des données recueillies sur GoogleForm

de l'article « le » montre les ambiguïtés de définition qui peuvent avoir lieu dans la récupération d'un mot étranger dans la langue française.

En tant que xénisme, le mot mobilise aussi bien des références culturelles propres à sa culture d'origine que des systèmes de références qui se sont construits autour de lui dans sa réappropriation à l'étranger. En Anglais, il est la plupart du temps utilisé comme un nom ou comme un verbe. À l'inverse, en Français, il est plutôt utilisé comme adjectif (pour désigner un style de musique, ou un comportement), mais aussi et de plus en plus comme un substantif. Utilisé seul, il implique de la part du lecteur, auditeur ou spectateur la connaissance de références implicites. Pour autant, les références associées à l'évocation du terme trap ne sont pas univoques et le mot donne lieu chez les publics à différentes interprétations plus ou moins connectées à sa forme originelle.

Ainsi, l'acception musicale vient s'agréger à la nomenclature initiale. Cette nomenclature, en ce qu'elle invoque les images des bandos, des pièges, de la duperie ou de l'enfermement entretient un lien fort avec les thématiques et imaginaires de la trap. Il s'agit alors de comprendre, dans la suite de cette première partie, quels sont les imaginaires et les usages périphériques liés au mot trap en tant que genre musical. L'article « la » ayant supplanté « le », il est ici privilégié pour désigner le genre.

2) Approche musicale et technique du genre : l'esthétique de la trap en termes de production

a. La trap en termes de composition : analyse musicale du genre

« la trap, c'est le gangsta rap version dirty south »²⁶

Depuis le tournant des années 2000, le genre évolue et développe différentes communautés de publics, provoquant dans les perceptions une scission entre une trap presque « mainstream », souvent décriée lorsque qualifiée comme telle, et une trap « underground »²⁷. Si les distinctions entre ces deux formes de trap diffèrent en fonction des publics, on peut postuler que la trap a acquis une forme caractéristique qui n'existait pas encore avec T.I. ; les parodies du genre ou les utilisations conscientes de ses formes semblent en attester. Dans le premier cas, on peut penser au célèbre « Man's not hot » de l'humoriste Michael Dapaah²⁸ (Big Shaq) qui reprend le titre afrotrap de 67 ft Giggs, « Let's Lurk »²⁹, évoquant le trafic de drogue, les voitures, la mode anglaise, les réseaux sociaux... L'humoriste, sur une

26 HYCONIC MAG, « Qui a inventé la trap ? », CHRIS, 2018 - <https://www.youtube.com/watch?v=ewC7Dq73ckQ>

27 Annexe no 12 – Entretien quantitatif, ensemble des données recueillies sur GoogleForm « j'adore la trap underground et les styles de musique qui incluent des influences trap, je trouve ça super. P ar contre la trap de gangster à la c** qu'on entend ou qu'on voit à la télé c'est de la pure m**de je trouve. »

28 BIG SHAQ – MANS NOT HOT, Michal Dapaah, 2017 - https://www.youtube.com/watch?v=3M_5oYU-IsU

29 67 ft GIGGS, « Let's Lurk », 6ix7, 2016 - <https://www.youtube.com/watch?v=f10yTpZzuv4>

mélodie afrotrap, joue – entre autres – avec des onomatopées que l'on retrouve dans d'autres productions trap : par exemple le « skrt », qui fait référence aux bruits des pneus qui dérappent dans les culs de sac des bandos. En France, on peut aussi penser à quelques titres de l'artiste VALD avec des sonorités inspirées trap U.S. dans « YAX3 »³⁰ ou EDM avec « Eurotrap »³¹.

L'usage se généralise aujourd'hui tellement qu'il se réfère souvent uniquement à un style : ici, quelques éléments musicologiques nous aiderons à cerner les caractéristiques propres de ce style musical. Le but est de comprendre ce qui, sur le plan de la composition et des sonorités, regroupe des œuvres d'artistes appartenant à différentes communautés.

Du point de vue de la composition, la trap est une musique qui dure généralement entre 2 et 5mn, avec un tempo de 70 ou 140 BPM contrairement au hip-hop traditionnel qui est autour de 90 BPM. Les percussions ont des sonorités très sèches (peu de *sustain*) et sont l'un des éléments majeurs de la musique trap : elles sont issues de sons analogiques compressés, générés par des boîtes à rythmes. La grosse caisse (*kick*), la caisse claire (*snare*) – ou le *clap* – et la cymbale charleston (*hit-hat*), sont utilisées pour former la base rythmique d'un morceau.

Le *kick* est fréquemment placé sur le premier temps et sert à poser la rythmique. Parfois, il peut être absent pendant plusieurs temps voire mesures pour créer un décalage rythmique. Ces contre-temps et décompositions rythmiques, qui peuvent être joués en croches ou doubles croches, viennent donner au morceau une irrégularité qui participe de son esthétique, parfois décrite comme « sombre » ou « menaçante »³². La régularité reste pourtant présente d'autre part avec le *snare*, souvent de pair avec un *clap*, qui vient contrebalancer la rythmique en réponse au *kick* : jouée sur les troisièmes temps de chaque mesure, elle est presque toujours constante. On retrouve donc dans la composition une dichotomie entre ordre et désordre. Le hit-hat enfin, grâce à une sonorité très brève, crée un motif rebondissant, sautillant en réponse au *kick*. Souvent jouée en croches, cette cymbale est constante et vient créer des ornements, enrichissant la texture sonore du morceau (souvent jouée en doubles-croches voire triolets/sextiolets). Les percussions sont l'un des critères majeurs de l'appréciation du genre : elles donnent au morceau à la fois lourdeur et intensité ; le mot « lourd » est souvent utilisé pour décrire les œuvres, et la sensation physique est souvent mise en avant dans la réception : sensations internes, les vibrations sur les enceintes... Elles procurent des réactions physiques et sont toujours appréciées par les publics.

D'autre part, bien que souvent décriées comme « pauvres », l'harmonie, la ligne de basse et les

30 VALD, « YAX3 », NQNT 33, 2018 - <https://www.youtube.com/watch?v=w0Z5nAN6jCs>

31 VALD, « Eurotrap », Agatha, 2016 - https://www.youtube.com/watch?v=AjQbtKvi_Jw

32 Annexe no 12 – Entretien quantitatif, ensemble des données recueillies sur GoogleForm

lignes mélodiques sont parties intégrantes de la musique trap, avec la voix. L'harmonie est généralement constituée de deux accords principaux (la tonique, toujours présente, et la dominante – parfois *tonale* parfois *modale*). On retrouve une ligne de basse qui est sans doute avec les percussions, une partie majeure du style trap. Elle va de pair avec le *kick*. Malgré un aspect minimaniste – la note jouée étant en général la note *fondamentale* des accords joués par les synthétiseurs – on retrouve une texture assez épaisse : les basses peuvent être extrêmement saturées, comme chez XXXTentacion³³ ou ScarLrxd³⁴. Cette saturation est propre à ce style avec l'utilisation de basses 808. Elles sont citées dans les paroles d'artistes tels que Future dans « Mask Off »³⁵ : « 808, 8-0-fucking-8 » ; « Atlanta's "trap" sound, with one of the signature elements being the 808 bass drum. Trap producers Metro Boomin and Sonny Digital also rely heavily on the 808 sound, and they're responsible for 90 percent of today's most popular Migos and Future records »³⁶. C'est une boîte à rythmes fabriquée dans les années 1980 par Roland Corporation, rendue obsolète par la norme MIDI qu'elle ne supporte pas. Elle était utilisée pour générer des sons analogiques pour les productions rap et hip-hop dans la décennie 1990. La TR-808 est aujourd'hui échantillonnée, et en 2014, la compagnie commercialise la TR-08. Elle est l'une des caractéristiques sonores de la plupart des morceaux de trap. La lourdeur de ces basses vient contrebalancer la légèreté du *hit-hat*.

Enfin, moins essentielle, la ou les lignes mélodiques, d'ailleurs parfois utilisées par la basse, sont souvent constituées de quelques notes de la tonalité d'origine, sans ornements particuliers. Cela participe de l'esthétique brute du style et par l'absence parfois ressentie de musicalité : lorsque quelqu'un doit « chanter » de la trap, il ne peut le faire qu'en connaissant les paroles et il peut lui être difficile de chanter une mélodie, d'où l'importance de la voix dans le genre.

Pour la voix, la trap s'apparente au rap principalement par une voix qui rappe (mais qui peut aussi chanter, parfois crier). Le flow est souvent régulier, assez lent. La trap peut être aussi souvent associée au mumble rap, manière de rapper qui consiste à avaler les syllabes et qui est souvent moquée bien qu'utilisée par nombre d'artistes trap comme Lil Uzi Vert ou Playboi Carti. En plus de certains leitmotifs sonores, comme les bruits de moteurs, de dérapage, d'armes à feu (ak-47, uzis...) on retrouve des leitmotifs vocaux comme les « hey », « ya », « wow » qui sont répétés entre deux phrases ou viennent ponctuer la fin de celles-ci. Ces interjections permettent de fluidifier le flow en rendant systématiques les rhymes et en simplifiant l'écriture. Le flow de la trap est plus lent que celui du rap et les paroles peuvent être répétitives : elles sont au ralenti dans une structure musicale plus

33 XXXTENTACION, « Look At Me ! », 2017 <https://www.youtube.com/watch?v=wJGcwEv7838>

34 SCARLXRD « Heart Attack », JVCXB, 2017 <https://www.youtube.com/watch?v=OC7cNS0GINo>

35 FUTURE, « Mask Off », 2017 - <https://www.youtube.com/watch?v=xvZqHgFz51I>

36 THE VERGE, « How the Roland TR-808 revolutionized music », HASNAIN, Z. 03/04/2017

<https://www.theverge.com/2017/4/3/15162488/roland-tr-808-music-drum-machine-revolutionized-music>

rapide (grâce aux *hit-hat*).

Ce qui semble faire l'essence esthétique de la trap, c'est donc sa structure musicale et des sonorités particulières qui sont celles du TR-808, des Uzi... mais aussi des voix et des indices sonores.

b. Musique électronique actuelle : les conditions de production et la scène

La trap fait partie des musiques électroniques et musiques actuelles et est soumise à des conditions de production particulières qui impliquent diverses technologies et savoirs-faire. En tant que musique électronique, elle fait appel aussi bien dans les processus de production que de diffusion à des technologies numériques : séquenceurs, boîtes à rythmes, synthétiseurs, stations... Aussi, que ce soit pour l'enregistrement, la composition, la production des œuvres fait appel aux logiciels de M.A.O. Si elle demande un investissement matériel, la trap fait donc partie de ces genres « électroniques » dont les nécessités en termes de production sont plus réduites et plus accessibles – ce pourquoi elle est autant appréciée que critiquée³⁷. La production live nécessite certains besoins, tels que l'électricité – qu'elle soit portable (générateurs) ou locale; dans le premier cas, il s'agit plutôt de soirées dans des lieux alternatifs³⁸ (caves, bâtiments désaffectés, friches), ou des groupes plus amateurs qui manquent de moyens et dans le second, les concerts et soirées ont lieu dans des bâtiments rénovés, des salles, des appartements... Lorsqu'elle se déroule hors du cadre privé – lequel peut se limiter à un ordinateur et/ou une enceinte – l'écoute de la trap nécessite l'utilisation d'autres matériels comme les ordinateurs, les enceintes etc.

Ensuite, puisqu'elle est appréciée pour ses basses, mais aussi mélodies plus aigües, le système de diffusion sonore doit être adapté : pour les lieux, cela se traduit par un système son plus ou moins conséquent dont la puissance tourne généralement autour de 100 à 120 décibels en fonction des lieux qui disposent de plus ou moins d'équipements. De même, dans les soirées d'appartements, il a été plusieurs fois observé que le volume sonore était augmenté, si pas déjà important, lorsque de la trap passait. Ce constat est repris pour ce qui est des écouteurs, des enceintes – qu'elles soient dans les appartements, plages, bars, clubs ou encore voitures et transports en communs ou plus généralement

37 Que ce soit en termes de production (NOISEY, « Atlanta », ep.1, MORTON, T. 2015

https://video.vice.com/en_us/show/noisey-atlanta) ou de diffusion (Annexe no 9 – Entretien no3 – STVPID, H. 24ans, producteur et membre d'un collectif, 05/05/2018 - « Si tu veux, avant on était 4djs puis 6djs, puis 10, puis tous les gens qui étaient là dans le crew sont devenu Djs un par un, parce qu'en fait DJ c'est un métier d'arnaqueur »)

38 Annexe no 9 – Entretien no3 – STVPID, H. 24ans, producteur et membre d'un collectif, 05/05/2018 « Imaginez la musique actuelle si on débranche le courant ? Il se passe plus rien. Donc dans l'underground c'est sûr que c'est le principal. Du coup avoir un lieu avec de l'électricité c'est assez fantastique, sinon on est obligés d'avoir un générateur qui tourne à l'essence, ça coûte cher, faut les remplir toutes les heures, c'est pas très pratique »

dans la rue. La trap s'écoute fort³⁹ et elle investit de plus en plus l'espace public. On la retrouve dans les espaces dédiés à la musique (festivals et salles de concert) mais également les commerces ou au cinéma (Atlanta, Deadpool 2)...

Souvent la qualité du matériel est équivalente à celle du lieu : plus un lieu est grand, entretenu, desservi et propose divers services, plus le système sonore va être conséquent et la scénographie travaillée. Dans les squats, le brut reste de mise, les palettes faisant office de scène et les hangars et autres bâtiment de cours de jeu. Ici, le public ne paie pas d'entrée et ramène son propre stock pour la soirée. Si la fréquentation du lieu augmente, il est fréquent de voir apparaître un bar. On en retrouve toujours dans les salles parisiennes, le degré d'investissement dans la scénographie et les dispositifs de diffusion sonore étant parfois plus important. Il s'agit alors de créer un certain type d'ambiance, la trap étant souvent associée à d'autres styles (rap, baile funk, grime...) propres aux artistes bookés pour la soirée. Mais on retrouve toujours la salle noire avec des lumières, un ou plusieurs bars, une piste de danse et un fumoir. En France, la capacité de ce genre de salles va d'une centaine de mètres carrés à un parfois un ou deux hectares (grandes friches) qui accueille de 200 à plus de 1000 personnes – bien que dans ces cas là, les scènes soient localisées et qu'il y ait des points de concentration qui laissent toute une partie de l'espace alloué inutilisé (Le Consulat, Asnières...). Il y a donc un effet de regroupement autour des centres d'intérêts satisfaits par la soirée : le bar, la piste de danse et pour beaucoup le fumoir dans lequel on entend souvent les basses parvenir des salles – sans parler des toilettes, qui sont autant de lieux de socialisation. On discute avec les employés, les artistes parfois – comme August 08, Barney Bones, Lean Chihiro, et Djs qui se mêlent à la foule après leur performance – et le reste du public.

Le plus souvent, le public se concentre face à l'artiste, qui mixe, rappe ou, lorsqu'il est d'humeur, danse. On retrouve parfois un certain désintérêt pour la scène lorsque l'événement n'a pas pour but premier la musique ou qu'il arrive la journée : par exemple la demi-finale de football 2018 au Consulat (Paris) ou des contextes qui n'incluent pas la danse (sur la plage en journée, dans une voiture...). Autrement, on note un fort engouement pour certains artistes trap et il est intéressant de noter que les publics varient d'un artiste à l'autre.

Le rôle de la scène est donc important en ce qu'elle crée des communautés de publics, mais permet également la rencontre d'artistes entre eux (comme l'un des membres du GDS qui va aborder un membre d'un autre collectif en plein set). Elle permet de découvrir et d'identifier de nouveaux réseaux d'artistes, et s'accompagne d'un état d'esprit, d'ouverture et de plaisir. On voit donc que la trap investit des espaces physiques dans laquelle elle a une forte présence.

39 Annexe no 12 – Entretien quantitatif, ensemble des données recueillies sur GoogleForm « j'aime en écouter hyper fort en club »

B) Analyse sémiologique de la trap : les imaginaires de la *trap music*

1. D'une réalité sociale à des imaginaires et représentations

a. Une scène née à Atlanta et influencée par la scène locale qui s'internationalise

La trap est d'abord apparue dans des villes de la Sun Belt, en particulier Atlanta. Avec 5,9 millions d'habitants en 2017, dont 420 000 dans la zone urbaine, elle est la 9e plus grande agglomération américaine⁴⁰. Ville qui a vu naître Martin Luther King, elle a été à la fois le siège de mouvements pour l'égalité des droits civiques et capitale économique du sud-est des États-Unis. Elle possède une sociologie multiculturelle et la géographie particulière des suburbs crée un peu partout des culs de sacs.

La ville a été pensée pour le transport et en partie pour cela, elle est devenue un carrefour idéal pour la vente de drogues. Comme nous l'avons vu dans la première partie, le mot « trap » en anglais, désigne aussi des lieux qui peuvent porter le nom de traphouses ou bandos. Initialement utilisés pour désigner une maison abandonnée, ces termes ont été d'un point de vue historique associés à l'idée du four en France, points de vente de drogues. La trap est alors associée dès ses origines à la production et vente de drogue : « *Trap music is like, crack baby beats, that's what we call it. When a rapper is rapping you should be able to smell the dope cooking [...] Where ever there's a trap, there's a studio. [...] It's hand in hand. You can't have one without the other. You can't have the trap, without the studio, without the dope. The dope is what inspires the rap.* »⁴¹. On retrouve plusieurs traphouses dans la ville, ce qui va influencer la production de la trap et les imaginaires véhiculés à travers son esthétique.

Les images qui émanent de ces réalités sociales vont être véhiculées à travers diverses productions culturelles : les documentaires, mais aussi les chansons, les séries... Par exemple, la série de Donald Glover⁴², « Atlanta » présente la ville comme le berceau de la trap tout en abordant une large catégorie de problématiques sociales (des drogues et armes aux relations amicales, professionnelles, amoureuses). Elle témoigne par ailleurs de l'influence du contexte local sur la production musicale.

Plus d'une quinzaine d'artistes de notre corpus apparaissent dans la bande-son de la série et on y retrouve un cameo avec les Migos, groupe influent dans cette industrie musicale. Parmi les

40 UNIVERSALIS, Atlanta <https://www.universalis.fr/encyclopedie/atlanta/>

41 SNOW Curtis in. NOISEY, Atlanta, MORTON, T., Ep1 « Welcome to the trap », 2015 https://video.vice.com/en_us/show/noisey-atlanta

42 Artiste né le 25 septembre 1983, originaire d'Atlanta, entre autre reconnu comme musicien (sous le nom de scène de Childish Gambino), producteur (*Atlanta*) et acteur (*Community*).

personnages principaux, « Paper Boi », incarne la figure d'un dealer et rappeur tandis que Earn – incarné par Donald Glover – devient son manager. Effacement des barrières entre vie privée et vie professionnelle, insécurité et réalités... ; cette série témoigne en partie de la manière dont les divers aspects d'une culture locale, qu'ils soient politiques, économiques, symboliques ou encore sociaux, viennent nourrir l'imaginaire d'un genre musical ; ici, elle montre l'importance qu'a tenu la ville d'Atlanta dans l'émergence de la scène trap. Encore aujourd'hui, cette scène locale reste active et de nombreux artistes de notre corpus sont originaires de cette ville : 21 Savage, Gucci Mane, Migos, Future, T.I., Young Thug...

Historiquement, certains artistes de Detroit seraient venus à Atlanta, comme les B.M.F, découvrant d'autres communautés locales et auraient commencé à organiser des soirées⁴³. La trap serait alors née aux États-Unis, en partie comme nécessité de blanchir de l'argent et de gagner en légitimité. C'est ce que montre l'exemple de la Black Mafia Family de Big Meech qui a collaboré, entre autres, avec T.I., Young Jeezy Jay-Z. Elle ne serait qu'un moyen et non une fin. L'acception musicale du mot trap naît donc de l'acception géographique du terme⁴⁴. Ainsi, Atlanta a contribué à la construction de la trap et à celle d'un imaginaire autour du monde de la drogue qui s'est ensuite étendu à l'international. Pour autant, nous verrons que cet imaginaire se retrouve confronté à des limites politiques et juridiques. En termes concrets, cela mène à des difficultés avec la loi. Compte tenu des lois anti-drogues en France, la réalité du milieu rencontre parfois les autorités – l'organisation de soirées a pu pour certains collectifs en Île-de-France être compromise en raison d'une image ternie par les représentations associées au public de ces soirées.

Si Atlanta a participé à la création du genre trap et de ses imaginaires – notamment celui de la drogue – le genre s'est ensuite diffusé en 2000 et 2010 dans le reste des États-Unis et à l'international, s'inscrivant alors dans un processus de globalisation. Après avoir étudié son origine locale, nous allons voir comment il a évolué, en s'attachant au cas de la scène parisienne.

b. Un genre qui passe de scènes alternatives a des scènes institutionnelles

La trap, née dans des lieux informels et d'abord portée par des communautés alternatives, semble de plus en plus investir des espaces institutionnalisés. En tant que genre musical, elle invoque les notions liées au secteur musical et aux industries culturelles et implique en tant que scène des lieux

43 NOISEY, Atlanta, MORTON, T., Ep1 « Welcome to the trap », 2015
https://video.vice.com/en_us/show/noisey-atlanta

44 COMPLEX, « Real Trap Sh*t ? The Commodification of Southern Rap's Drug-Fueled Subgenre », DRAKE, D. 09/10/2012.
<https://www.complex.com/music/2012/10/real-trap-sht-the-commodification-of-southern-raps-drug-fueled-subgenre>

(salles de concerts, plateformes...) où se rencontrent différents acteurs (artistes, producteurs, publics, distributeurs, ingénieurs...). Elle investit des lieux (physiques et médiatiques) où elle n'avait pas encore de place il y a dix ans, des squats aux magasins en passant par les salles parisiennes « hype ». Comme toute scène musicale émergente, elle connaît des évolutions en termes de popularité et de visibilité. Celles-ci s'expriment à travers les changements dans la perception du genre, mais aussi dans l'évolution des scènes locales et des artistes et publics.

En effet, on découvre au travers de certains témoignages, le constat d'une certaine évolution des publics en fonction des scènes : « *notre public a rajeuni au fur et à mesure, c'est trop bizarre. Au début ouais on avait des mecs de 25 voire 30 piges (...) qui venaient de tec, très « ghettos » et on avait ces mecs là, qui étaient voilà en mode (...) très fast-life, hip-hop. [...] Plus ça allait, plus ils rajeunissaient, plus ils devenaient plus mixtes, plus de meufs, plus blancs, et des gens qu'étaient en mode survet-shlag, on a eu des gens... bah genre on s'est retrouvé avec la wanderlust* ». Ainsi, sur le plan des scènes locales, lors du passage des squats aux salles parisiennes, on retrouve une importante différence de publics qui s'exprime par des questions d'accès, aussi bien monétaire que géographiques, mais aussi sociales.

On retrouve aussi divers choix idéologiques, pratiques, et économiques que l'organisation d'événements trap – entre autres – impliquent. Pour les artistes, ce ne sont pas tant les salles et les producteurs qui permettent de gagner en visibilité que l'artiste qui doit d'abord gagner en crédibilité pour pouvoir investir ces nouveaux lieux. En effet, le genre souffre parfois d'une mauvaise réputation et les artistes se retrouvent boudés d'entrée de jeu par les producteurs ; ils doivent faire valoir leur potentiel de valeur et gagner leur confiance.

Il semble par ailleurs exister de nouveaux lieux que j'appellerai ici « les scènes institutionnelles alternatives » incarnant ce paradigme entre cadre institutionnel et liberté. Si ils ne sont pas forcément gérées par l'Etat, ils répondent à un cadre légal qui se situe hors des cadres informels (comme les squats, les soirées privées etc). Avec cette définition, j'entends les lieux parisiens qui proposent des soirées trap dans un cadre formel (gratuité, inscription ou achat de billet / lieu urbain – bar, club, ancienne friche), mais qui ne fonctionnent pas sur le même mode que des soirées en squat. Ainsi, en plus de la différence géographique, on peut comprendre que les lieux changent de publics : ils sont moins accessibles financièrement, moins libres et plus surveillés. On retrouve même une propension pour les lieux alternatifs à faire payer l'accès pour pouvoir réguler davantage les flux de publics et limiter les débordements. Pour autant, ces lieux permettent généralement à leurs publics assez de souplesse pour outrepasser ces limites : lors du concert de Playboi Carti à l'Elysée Montmartre, cela donnait une grande partie du public fumant du cannabis en intérieur, certains à moins de 10 mètres

des vigils. On retrouve aussi régulièrement des personnes qui prennent de la cocaïne dans les toilettes ou qui viennent en soirée après un *before*.

Ainsi, si des auteurs comme Livewire considèrent qu'une musique, lorsqu'elle devient mainstream, perd son essence subversive, on peut soutenir avec Jernej Kaluža⁴⁵ que ce cas de figure ne s'applique pas toujours dans la mesure où c'est précisément le message des exclus et des « suppressed » et la volonté de succès qui est potentiellement mainstream en lui-même. Si les scènes alternatives jouent encore un rôle dans le développement de la scène trap, le rôle des institutions dans l'économie des industries musicales et en termes de visibilité rendent ces scènes incontournables. On voit que l'évolution des artistes qui produisent ou mixent de la trap suit souvent le schéma qui passe des scènes alternatives à des scènes institutionnelles et qu'il existe un cap dans la reconnaissance entre un amateur et un artiste. Il y a un mouvement de circulation au sein des réseaux déjà constitués – les artistes du label 88rising aux Etats-Unis rencontrant de nombreuses personnalités locales telles que Trippie Red, 21 Savage, Wacka Flocka Flame, Ski Mask The Slump God – mais aussi d'ouverture et de diversité – les artistes intègrent alors de nouveaux lieux comme les festivals et développent leur carrière à l'international – ce pourquoi nous postulons qu'il existe pour la trap une évolution d'une culture alternative à une culture globalisée.

Ainsi, la circulation de la trap ne se limite pas à des réseaux déjà établis mais semble investir de nouveaux lieux, qu'ils soient physiques ou numériques et elle véhicule par ailleurs certaines images.

2. La trap comme genre musical producteur d'images

a. De l'esthétique visuelle : clips et scénographie

La trap est productrice d'images dont il s'agira ici d'aborder les principaux traits. En tant qu'outils de communication privilégiés, les clips véhiculent des images qui participent de la définition d'une esthétique trap autant qu'ils permettent l'identification de l'artiste au genre. En tant qu'objets audiovisuels, ils sont des sources de choix pour étudier les thématiques et images propres à la trap.

45 KALUZA, J. « Reality of Trap : Trap Music and its Emancipatory Potential », *The IAFOR journal of Media, Communication & Film*, vol.5 Issue 1, 2018, p. 23-42.



Dans cette image, on retrouve plusieurs indices des thématiques communes aux clips de trap : le luxe (sac Louis Vuitton, la montre en or), le streetwear (adidas), les femmes, la drogue (gobelet en bas à droite – *syrup* et le geste de l'homme au centre, qui cache de la drogue dans sa basket).

46

Héritiers du rap, et parfois inspirés du bling-bling, les clips, s'il restent particuliers à chaque artiste, invoquent souvent des esthétiques similaires, impliquant aussi bien d'importantes mises en scène que des séquences épurées : on retrouve différents leitmotivs, thématiques, visuels ou narratifs, qui ont été pour la plupart évoqués par les répondants au questionnaire quantitatif. L'artiste y apparaît, dans une mise en scène importante qui est lié au message que l'on retrouve dans les paroles - APESHIT⁴⁷ de Beyoncé et Jay-Z, Stop Trying to be God⁴⁸ de Travis Scott – ou dans des dispositifs plus légers (dans des appartements, des clubs, la rue...) où la mise en scène reste de mise comme dans le clip Magnolia de Playboi Carti où l'artiste se fait poursuivre dans la rue par un policier et se fait embarquer au poste. Qu'elles soient fortuites ou délibérées⁴⁹, les récurrences sont nombreuses et on peut retrouver de manière non-exhaustive les thématiques et images suivantes :

Les signes d'opulence et de richesse : marques, voitures, montres, objets de luxe, richesse, billets...

Les figures féminines : qu'elles évoquent une figure d'autorité ou un fantasme, la femme est omniprésente dans les paroles et les clips. Elle est quelqu'un que l'on convoite, mais aussi quelque chose que l'on possède au même titre que l'argent : on l'expose sur les réseaux sociaux, dans les clips, le temps d'une soirée ou au quotidien. Elle est aussi figure d'autorité grâce à certaines artistes féminines de la scène.

Les drogues : compte tenu des origines du genre, la drogue demeure l'un des objets fétiches du genre,

46 PLAYBOI CARTI, *Magnolia*, Awge, 2017

https://www.youtube.com/watch?v=oCveByMXd_0

47 THE CARTERS, « APESHIT », 2018

<https://www.youtube.com/watch?v=kbMqWXnpXcA>

48 TRAVIS SCOTT, « Stop trying to be god », 2018

<https://www.youtube.com/watch?v=YqvCptqhHfs>

49 Le cas de Keith Ape, artiste coréen, qui a été soupçonné de plagiat par l'artiste américain OG Maco cf. Annexe no 15 - Captures d'écran du clip d'OG Maco, *U Guessed It* et du clip de Keith Ape, *It G Ma*

que ce soit dans les clips, les documentaires, la presse, les webzines, les conversations ou encore les concerts et les paroles. Dans le corpus analysé, la plupart des titres font mention au moins une fois d'une drogue. Elles sont représentées par des mots - Jane, Weed, Roll – mais aussi des sonorités - sons de briquets, d'inspirations, expiration de fumée... Les cas de consommation sont très fréquents chez les artistes et se retrouvent aussi auprès de certains publics. Dans le premier cas, les observations font état aussi bien de consommation, que de production ou distribution. Dans le deuxième cas, si beaucoup de personnes dans le public n'en consomment pas, elles sont pour ceux qui le font très variées : le crack, la cocaïne, la marijuana, la MDMA, et d'autres. On peut notamment souligner l'existence du lean, mélange principalement fait à base de codéine, qui a été popularisé dans les années 1990 dans le milieu hip-hop au sud des Etats-Unis. Il tient une place importante dans le monde trap – en 2014, Future sort le titre « Codeine Crazy »⁵⁰ qui compte quatre ans plus tard 37 millions de vue sur Youtube et il est associé au violet, couleur qu'on l'on retrouve beaucoup dans les clips et illustrations. Thème privilégié par les médias en attente de « scandales » ou « buzz », il cache des réalités perçues avec plus ou moins de distance par le public. Dans le vocabulaire utilisé, aussi bien dans les médias, que par les artistes ou les publics, on retrouve également ce même degré de présence.

Les armes : on les entend et on les voit dans les clips. Si aux États-Unis le port des armes est autorisé avec permis conformément au 2e amendement de la Constitution, elle est interdite en France ce qui n'empêche pas d'en retrouver dans les clips. Elles font elles aussi partie du quotidien de certains artistes, mais aussi publics.

Les relations : la communauté, le groupe, le gang sont d'une grande importance au même titre que l'injustice, le social...

En termes de scénographie, on retrouve une forme de démonstration d'opulence où la mise en scène est souvent importante. Or, on pourra voir que ce cas de figure, à l'oeuvre dans l'esthétique des clips, est aussi mobilisée sur les réseaux sociaux. La trap propose une esthétique à la fois sombre et brute, mais aussi colorée et créative. Dans les effets vidéos on peut retrouver : le glitch effect, la pixellisation, le négatif, la saturation, le collage, la partition d'écran...

Parfois, les couleurs reflètent l'état de transe provoqué par l'usage de drogues (par exemple dans L.S.D. d'A\$AP Rocky⁵¹, ou Yamborghini High d'A\$AP Mob). Dans ce dernier clip, nous sommes dans une deuxième réalité qui lagge, un produit TV mis en scène avec luxe, femmes, montres clinquantes.. A la fin du clip, le panneau tombe, et on revient dans la réalité, celle qui n'est pas montrée dans les médias. Pour autant, c'est un moment qui est encore médiatisé et on fait alors face à un jeu de niveau

50 FUTURE, « Codeine Crazy », 2015

<https://www.youtube.com/watch?v=7cDYYvOhKwg>

51 A\$AP ROCKY, L\$D (LOVE X \$EX X DREAMS), Awge, 2015

<https://www.youtube.com/watch?v=yEG2VTHS9yg>

intéressant qui illustre le rapport complexe que le genre entretient avec les médias. Pour les soirées, peut retrouver quelque chose de plus brut, surtout dans les squats : « nous en hip-hop, c'est une scène, des lights, du son et notre scéno chez nous, c'était 30 mecs sur scène qui sautent et qui crient ». Le cas s'est aussi présenté dans les observations menées dans le cadre de l'enquête de terrain, où il était courant d'observer des personnes monter sur la scène et reprendre tout un tas de gestuelles et de danses que l'on pouvait observer de manière récurrente.

b. Aux thématiques : l'ascension et la dépression

« *Are you a creative ? Are you experiencing FOMO anxiety ? Would you run the race to be an AWGIE ?* »⁵²

Comme le montre Jernej Kaluza⁵³, on retrouve dans la trap une bipolarité : elle serait un équilibre entre la difficulté des réalités sociales et le succès, et serait en cela porteuse d'un regard universel. Exprimant un certain rapport primaire au succès, à la difficulté de la vie, à la violence et à la dépression, elle ne serait pas tant l'expression d'une majorité que d'une multitude de minorités qui remplaceraient petit à petit la culture dominante – classe moyenne blanche et capitaliste – comme point de vue objectivant. Autrement dit, il y aurait une forme de rareté dans le succès à l'ère capitaliste – ce dont témoigne les écarts croissants entre riches et pauvres – et la trap serait l'expression de ce succès paradoxal et ses aspects les plus extrêmes, entre ce que l'auteur appelle « two-fold reality of extreme success on the one hand and entrapment on the other hand ».

En effet, on trouve d'une part dans la trap, l'expression d'une ascension qui s'exprime le plus souvent en termes matériels. Comme le montrent Lomansky et Swan, la manière privilégiée par les personnes dans le besoin pour sortir de leur condition est l'acquisition, ce qui peut expliquer cet attrait pour le matérialisme auprès des artistes aux origines les moins aisés. La plupart des artistes du corpus viennent de milieux aux conditions de vie plus défavorisés que la moyenne et pour tous, la démonstration de richesse est aussi démonstration de réussite.

La trap exprime un certain rapport à la possession. Comme Drake dans « Started from the bottom »⁵⁴, beaucoup d'artistes font état du même chemin : on part de rien pour montrer ce qu'on a

52 AWGE, menu videos, DVD vol.3, <https://www.awgeshit.com/#awgeDVD-vol-3>

53 KALUZA, J. « Reality of Trap : Trap Music and its Emancipatory Potential », *The IAFOR journal of Media, Communication & Film*, vol.5 Issue 1, 2018, p. 23-42.

54 DRAKE, « Started from the bottom », 2013
<https://www.youtube.com/watch?v=RubBzkZzpUA>

réussi à accumuler. Dans cette démonstration de succès, l'argent et la richesse matérielle font partie des formes d'expression privilégiées, ce qui la rattache par ailleurs au bling-bling. Comme le montre Jernej Kaluza, la présence de la matérialité dans la trap s'explique en partie par l'idéologie qui lui est liée et qui consiste à « partir de rien et devenir quelqu'un ». La trap ne repose donc pas sur l'héritage – ce qui lui est par ailleurs reproché par les adeptes du hip-hop old school – mais sur la thématique du développement personnel. Aussi, la légitimité n'a plus de rapport avec l'origine des artistes, leur engagement, la valeur esthétique de leurs productions, mais s'exprime en terme de popularité (on peut penser ici à l'évolution dans la réception du titre « Dat \$tick »⁵⁵ de Rick Brian) et de revenus. Si il s'agit donc parfois de montrer une richesse pour elle-même (dans les posts sur les réseaux sociaux⁵⁶) elle est avant tout signe de réussite et d'ascendance sociale.

Dans les paroles, mais aussi les clips cette ascension est mise en scène ; l'argent est partout : dans les clips, le lexique, les pratiques... Le mot « money » se retrouve dans une partie importante des œuvres du corpus, et s'observe à l'image dans les vidéos youtube. Diamants, billets, bijoux : on retrouve des artistes qui le jette par les fenêtres - « Kurr£ncy »⁵⁷ IAMDDDB – qui le dépensent, le contemplent, jouent avec... Dans un documentaire Noisey, un rappeur déclare : « All you had to do was go Gold ».

Il est aussi associé à d'autres images comme celles du poignet (« wrist » en anglais). La richesse s'associe à la personne et ici la montre et ses diamants sont juste désignés par une partie du corps humain : par exemple le poignet, dont on voit régulièrement des vidéos en gros plans sur les comptes instagram, aussi bien chez les artistes que chez certains publics. Il est parfois notable de s'offrir des montres entre amis – Famous Dex et Rich The Kid. L'argent est billet et diamants. Il est contingent et non nécessaire, il est tarissable en fait, même si illimité en droit. Il se dillapide. Il est « Ice » puis « Water ». C'est un bien qui n'est pas pérenne, il circule. À la fin de Kurr£ncy, l'argent est jeté dans l'eau, il est dépensé à flots : Lil Pump achète un vélo en or Louis Vuitton pour le laisser dans son salon selon ses stories et dans ses paroles il se vante de «Spent ten racks on new chain »⁵⁸ (1 rack étant un tas de 1000\$ en billets de 100).

La réussite s'exprime donc parfois moins en terme en terme de capital culturel que de capital économique. Elle s'exprime en diamants et en ressources financières : Asian Doll, artiste américaine, publie par exemple sur son compte instagram une photo d'elle en train de signer un contrat, passant le

55 RICH BRIAN, « Dat \$tick », 2016

https://www.youtube.com/watch?v=rzc3_b_KnHc

56 Annexe no 20 – Captures d'écrans de posts Instagram des bijoux d'Offset – Migos (gauche) et Lil Pump (droite), 2018

57 IAMDDDB, « Kurr£ncy », 2018

https://www.youtube.com/watch?v=cg_PDZVV2lo

58 LIL PUMP, « Gucci Gang », 2016

<https://www.youtube.com/watch?v=4LfJnj66HVQ>

cap symbolique du million d'euros. On peut aussi penser à Cardi B et ses dizaines de montres en or⁵⁹. Ici, on retrouve le concept de matérialisme décrite par Solomon comme l'idée que plus de richesses apporte plus de bonheur. Sur Instagram, nombreux sont les artistes qui font état de leurs possessions (Lil Pump, Famous Dex, Rich The Kid pour leurs montres, Cardi B pour sa nouvelle voiture...).

Aussi, dans certains courants trap, parfois qualifiés comme « gangster » ou autrement décriés, on retrouve la représentation d'un certain type de rapport au monde, au consumérisme et à un certain refus des réalités sociales qui sont devenues trop violentes pour pouvoir les regarder. Lorsqu'on y fait face, on tombe aussi parfois dedans. Les paroles sont souvent dénonciatrices, ou mélancoliques et la drogue, l'action, parfois la violence sont l'expression aussi bien d'un sentiment de pouvoir que de dépression.

On peut alors mettre en regard la propension qu'ont certains courants trap à aborder le cas de l'addiction et le travail d'Avita Ronell sur le même thème qui montre comment les individus intègrent certains schéma de consommations et certaines habitudes culturelles qu'ils répètent au quotidien. On suppose ici que l'uniformisation de la trap peut être vue comme l'une des manifestations de cette addiction : dans son rapport aux drogues et à l'addiction en général (qu'elle soit aux réseaux, aux substances, au sexe...), la trap exprime un certain rapport au narcissisme et à l'individualisme, autant qu'elle est l'expression d'interrogations ontologiques sur le sens de la vie, du succès, de la justice...

À côté des images de richesse qu'on retrouve dans les clips, on voit aussi l'illustration de la misère et de la tristesse : certains titres évoquent le suicide – Sad de XXXTentacion⁶⁰, la mort – XO Tour Life⁶¹ de Lil Uzi Vert – la solitude – ou encore la violence. La trap se fait donc en même temps porteuse d'images de pauvreté, de violence et de chaos. Ainsi, on retrouve dans les thématiques de la trap une forme de dichotomie entre le succès et l'inanité de celui-ci face aux contextes géo-politiques actuels.

II. LA SOCIOLOGIE DE LA TRAP US : ÉTUDE DE SA RÉCÉPTION ET DE SES INFLUENCES EN FRANCE

A) Les publics de la trap : des communautés de publics hétérogènes et jeunes

1. Un style musical populaire auprès des 15-30 ans

Vue comme sous-genre du rap ou du hip-hop en général, la scène trap rencontre aussi bien des

59 Annexe no 14 – Capture d'écran de posts Instagram de Cardi B et d'Asian Doll

60 « Suicide, if you every try to let go, I'm sad, I know, yeah / I'm lost, and I'm found » in XXXTENTACION, « Sad ! », 2018
<https://www.youtube.com/watch?v=pgN-vvVVxMA>

61 « All my friends are dead, push me to the edge » in LIL UZI VERT, « Xo Tour Lif3 », 2017
<https://www.youtube.com/watch?v=WrsFXgQk5UI>

publics déjà sensibles au rap, crunk, mumble rap, drill et autres genre liés au hip-hop en général, que de nouveaux publics venant de milieux davantage électro, techno ou rock. Elle profite alors de communautés déjà constituées qui ont un lien fort avec le rap, autant qu'elle parvient à se développer auprès de nouveaux cercles.

a. Un public majoritairement jeune

S'il existe des publics en dehors de cette tranche d'âge, les observations tendent à montrer que les 15-30 ans font partie des publics majeurs de la trap. Pour la plupart urbains, ils vivent aussi bien dans les grandes villes que dans les périphéries : ils sont par exemple présents sur l'ensemble du territoire Île-de-France (92, 95, 78, 91, XVIe, XVe, XIIIe, XVIIIe, XIXe...). L'âge moyen des publics varie en fonction des artistes écoutés mais on retrouve généralement une certaine adéquation entre l'âge des artistes et l'âge des publics : plus jeunes pour Lean Chihiro (19 ans) et Smokey Margiela (16 ans), plus âgés pour Denzel Curry (23 ans) ou Playboi Carti (22 ans). Les principales différences chez ces artistes sont leur âge, les thèmes traités dans les paroles et le style musical.

Les détracteurs du genre auront tendance à être plus âgés et à assimiler la trap à l'expression d'une violence malsaine parfois récupérée par les médias⁶². Sur le plan politique, les exemples de réticence face au genre et aux soirées sont nombreux et témoignent de l'image négative dont peut souffrir le genre. On peut penser au gouvernement Chinois qui a interdit le hip-hop et les tatouages sur la télévision nationale ; SAPPFT, l'Administration générale de la presse, de l'édition, de la radiodiffusion, du cinéma et de la télévision, sous le contrôle du gouvernement, aurait déclaré que « le hip-hop et tout ce qui en découle amène à la dissidence et la décadence des jeunes ». Ces différents exemples témoignent de l'image négative dont peut souffrir le genre.

Ainsi, les publics de la trap sont principalement jeunes. Si les hommes semblent rester majoritaires, on retrouve un grand nombre de femmes dans les communautés de publics.

b. Hors des logiques de classes : un genre populaire

Les entretiens qualitatifs montrent que les publics les plus âgés (à partir de 22 ans) témoignent d'un rapport pratique à la vie et à leur environnement. Ils finissent leur études, travaillent ou sont à la recherche d'emploi et ils doivent faire un effort d'équilibre entre leur vie personnelle et leur vie

62 TÉLÉRAMA SORTIR, *Migos, le phénomène rap d'Atlanta*, « La trap invitée à We Love Green », no3567, p.8-9, RIGOLET L. 23/05/2018.

professionnelle. Tous font mention d'enjeux impliquant leur avenir, leurs doutes mais également leur volontés propres ou ambitions. Peu sont les enfants uniques et pour les aînés, il est commun de partager leur moments musicaux avec leurs petits frères et sœurs. Ici, on voit que l'héritage construit par les publics plus âgés est susceptible d'être appropriée par leurs cadets, en ce qu'il est construit sur une culture digitale en lien avec certaines préoccupations communes aux plus jeunes (jeux vidéos, sorties, attrait pour la musique etc). Ils entretiennent tous un rapport particulier à la ville, et consomment des productions culturelles comme les séries, les concerts, la musique et sortent aussi en soirée.

Sur le plan social, ces publics entretiennent des relations avec différents cercles : parmi eux, on retrouve des personnes influentes et aussi parfois une communauté de proches qui partagent des intérêts communs sur la trap : ils constituent un groupe de soirée qui sortent ensemble, créent des playlists collaboratives ou partagent leurs dernières écoutes sur les réseaux. Beaucoup de témoignages soulignent le rôle des proches et des amis dans la découverte et l'appréciation du genre. La découverte de nouveaux titres est donc en partie dûe à ces cercles premiers qui ont tendance à faire circuler des sons dont l'approbation par le destinataire est supposée positive en amont. Les œuvres vont avoir tendance à être davantage appréciée si elles ont été conseillées par quelqu'un qui partage les mêmes goûts que soi et dont l'autorité en terme de goûts est validée au préalable. Ainsi, sur 37 réponses, 12 personnes disent avoir découvert la trap par l'intermédiaire d'un ami ou proche et toutes les personnes interrogées dans le cadre des entretiens qualitatifs ont eux aussi souligné l'importance de leur cercle dans l'appréciation et la découverte de musique. L'échange est alors un processus valorisé dans le milieu trap et il est commun de s'échanger ses dernières trouvailles sur les réseaux.

Ainsi, si les publics de la trap sont principalement jeunes mais sociologiquement variés et il s'agit désormais pour nous d'étudier leur rapport à la musique et comment cela s'exprime en termes d'usages.

2. De l'importance des pratiques digitales et des modes de vie

a. Un public aux pratiques numériques

Les publics de la trap sont en plein dans ce que Jérémie Rifkin appelle « l'âge de l'accès »⁶³ : Internet semble se présenter comme l'un des premiers outils d'exportation de la trap auprès des jeunes publics français. Selon les chiffres de l'INSEE, 70% des 16-24 ans utilisent internet pour écouter

63 RIFKIN, J. *L'âge de l'accès. La nouvelle culture du capitalisme*, Paris : La Découverte/Poche. Essais, 2005

de la musique en France⁶⁴. Les supports varient – tablettes, ordinateurs, télévisions – mais l'utilisation du téléphone reste majoritaire : les personnes l'utilisent pour écouter de la musique, lire des articles ou regarder des clips. Pour la plupart très mobiles, ils souhaitent pouvoir écouter leur contenu partout où ils se trouvent. Nous interrogerons donc ici les goûts des publics et leurs usages en termes d'écoute musicale.

Sur le plan de la réception, on retrouve une « tablature de goûts musicaux » variée pour reprendre une expression de Glevarec⁶⁵ : chez certaines personnes, on note une homogénéité dans les genres écoutés (de 2 à 5 genres), mais ils peuvent parfois être plus variés pour d'autres. Le rap et le genre techno, électro et rock sont majoritaires dans les résultats d'analyse quantitative : on remarque donc soit une curiosité importante, soit une forme d'exclusivité en terme d'écoute – le choix des styles se limitant à 2 ou 3 genres maximum souvent écoutés par périodes. Parmi les critères les plus souvent appréciés dans le choix des titres écoutés : la mélodie, l'ambiance, le style, la voix, les paroles, le rythme. La musique joue chez beaucoup d'entre eux un rôle de catalyseur : elle permet de mettre « de bonne humeur », de décompresser, de se divertir et elle accompagne de nombreux moments de leur vie.

Parmi les 37 personnes interrogées, ils sont 41,7% à écouter de la musique plus de 3h par jour, 50% entre 1 et 3h et seulement 8,3% en écoutent moins d'une heure. Ils privilégient plusieurs plateformes dont Youtube (77,8%), Soundcloud (44,4%), Spotify (38,9%), Deezer (13,9%) mais pratiquent aussi le téléchargement (44,4%). Ces plateformes sont celles dont les catalogues sont les plus variés et complets. Régies par le principe de la longue traîne, elles offrent soit des bribes (Soundcloud, plateformes sans abonnement), soit l'intégralité des productions des artistes qu'ils soient très écoutés ou nouveaux sur la scène. En effet, la mise à disposition des productions devient toujours plus facile et nécessaire comme en témoigne le développement de services dédiés à la diffusion digitale des œuvres⁶⁶. Les personnes interrogées dans le cadre des entretiens qualitatifs ont eux tous un abonnement qui leur donne accès à un contenu « illimité » en plus d'utiliser Youtube. Elles pratiquent aussi, pour 38,9% d'entre elles le téléchargement. Accordant plusieurs heures par jour à l'écoute de musique et souvent très au fait des actualités, elles soulignent l'importance de la nouveauté. Ainsi, le principe d'actualité est très important dans ce milieu musical, les artistes quittant la scène pendant une trop longue période pouvant avoir du mal à retrouver leur public initial. Le principe de la longue traîne ayant favorisé une consommation intense et varié, les artistes doivent

64 <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2410212>

65 GLEVAREC, H., PINET, M. « La 'tablature' des goûts musicaux : un modèle de structuration des préférences

66 <https://www.tunecore.fr/>

d'autant plus produire (et payer) pour pouvoir apparaître dans les recommandations de ces plateformes. Ainsi, si les personnes soulignent l'importance du social dans la découverte de la trap et de son écoute, l'enquête quantitative montre aussi le rôle des soirées et des plateformes d'écoute : 15 personnes sur 37 mentionnent le rôle des réseaux et suggestions sur les dispositifs d'écoute musicale en ligne dans leur découverte du genre.

b. La trap : une musique de soirée et d'expériences

Par ailleurs, les publics interrogés suivent souvent des médias (qu'ils soient spécialisés hip-hop – Complex, The Fader, blogs – ou non – Instagram) sur les réseaux. Nous verrons également un peu plus tard qu'ils portent pour la plupart une attention particulière aux marques – de la distance à une consommation plus importante. Ceux qui suivent le plus l'actualité et les artistes pratiquent l'anglais et savent le lire : ils s'informent en partie sur des médias anglophones comme The Fader, Complex... On va retrouver un niveau d'engagement important sur les réseaux de la part des fans qui est alimenté d'autre part par les parutions médiatiques.

Il est intéressant dans ce cas de figure d'étudier le cas du décès de XXXTentacion, un artiste de référence dans le milieu trap. Le 18 juin 2018 au soir, le média TMZ relaie l'information selon laquelle l'artiste aurait été blessé par balle et aurait succombé à ses blessures. De nombreux articles suivent (sur des petits médias américains, puis en France, sur les Inrocks⁶⁷) et les informations données ne cessent d'évoluer : coma, hôpital, décès... Les réactions s'intensifient sur les réseaux sociaux, Twitter, Instagram ou encore Facebook. Dans cet ensemble de réactions, l'engagement de certains s'internautes se transforme en enquête, créant alors tout un circuit de rumeurs autour de la mort de l'artiste. On a alors observé dans les jours suivants un phénomène de surmédiatisation et d'événementialisation avec un fort processus de récupération de l'information (de média en média, mais aussi par les partages sur les pages), les publics se présentant alors comme des agents de circulation clés de l'information. On retrouve ce processus de circulation dans bien d'autres cas, qu'il s'agisse d'œuvres ou de contenus périphériques aux artistes.

Ainsi, les plateformes d'écoute digitales et les médias sont des dispositifs importants dans le quotidien des publics sondés. Pour autant, si on retrouve des schémas communs aux divers publics 15-30 ans, certaines observations, comme le cas développé ci-dessus, n'implique que les communautés de publics les plus initiées et actives. Suivant ce constat, nous choisirons pour des raisons pratiques

⁶⁷ LES INROCKS, « Le rappeur XXXTentacion est mort, assassiné dans sa voiture en Floride », FALL, A. 18/06/2018. <https://www.lesinrocks.com/2018/06/18/musique/le-rappeur-xxxtentacion-assassine-dans-sa-voiture-miami-111095596/>

d'établir la typologie suivante : experts (cœur de cible), initiés (cible périphérique), et amateurs.

B) La perception de la trap chez les publics : de la musique à la culture

Après avoir étudié les publics de la trap sur le plan sociologique, il s'agit désormais de comprendre leur perception de ce qu'est la trap en s'intéressant de plus près à la psychologie du genre et de ses publics. Pour reprendre la typologie établie dans la partie précédente, on retrouve chez les amateurs des réfractaires du genre, aussi bien sur le plan éthique qu'esthétique. Violence, dévalorisation de la femme, musique réduite à du bruit... Les critiques sont nombreuses et elles témoignent de l'image négative souvent liée au genre, ce que connaît par ailleurs le rap. Ces réactions sont parfois tournées au ridicule par les adeptes du genre⁶⁸ : « what a nasty lyrics » dit la mère d'un youtubeur en le frappant à l'épaule. « He's getting high, he's getting syrup » - le style heurte parfois certaines sensibilités, qu'il s'agisse d'un écart générationnel ou d'une question de goût et/ou de morale. Pour autant, il rassemble certaines communautés d'initiés autour de références culturelles partagées. Elle est d'abord perçue comme un ensemble de musique et d'artistes, mais aussi comme des pratiques et modes de vie.

1. De la musique et des artistes...

a. D'abord des impressions esthétiques : sensations et impressions

La trap est avant tout considérée comme un style musical : dans les usages observés, l'utilisation du mot s'applique à de nombreux artistes et se réfère avant tout à des sonorités et rythmes décrits en première partie du mémoire. Si les publics étudiés ne sont pas tous familiarisés avec les origines du mot, ils l'ont tous déjà entendu au moins une fois dans leur parcours musical.

Pour les publics initiés, on retrouve l'existence du débat que nous avons tenté d'écarter ici, et qui tourne autour des concepts de légitimité (histoire, héritage) et de richesse (entendue comme richesse musicale, créativité). Il soutiennent, au même titre que 21 Savage, que la trap représente autre chose qu'une forme. Pour autant, malgré la polysémie du terme, les observations menées révèlent une hétérogénéité – même si relative – dans les termes cités pour décrire le genre. On ne retrouve pas les mêmes principes pour les destinataires qui ne sont pas sensibilisés au genre puisque la circulation des morceaux de trap ne se fait pas ou peu. Étant plus sensibles à d'autres genres musicaux,

⁶⁸ CUFBOYS, *Moms reacts to Playboi Carti*, 2016. <https://www.youtube.com/watch?v=mMejQHhb1SQ&t=349s>

comme le ska, le classique, le jazz, la trance, la pop, ou encore la disco et s'il ne détestent pas forcément le genre, ils n'y portent pas d'attention particulière. Pour autant, on a également pu observer des personnes qui écoutaient de la « trap », sans pour autant la qualifier comme telle, ce qui nous amène à postuler que la circulation de la trap ne se fait pas que dans des communautés déjà établies.

Elle peut être associée à d'autres styles musicaux comme le rap, électro, le crunk ou l'edm et 6,7% des personnes interrogées disent aussi ne pas savoir si elles écoutent de la trap. Elle est souvent liée à certaines représentations quant aux sensations que procurent son écoute : elle est organique, dynamique, tonique, bruyante, mais aussi obscure, sombre, ténébreuse, angoissante, brutale, agressive, sauvage. De manière presque paradoxale, elle évoque aussi chez certain public bonne humeur, excitation. Elle est particulièrement appréciée pour son originalité visuelle, son énergie, sa variété et si elle est souvent représentée comme un style afro-américain, elle ne s'y réduit pas.

Parmi les idéologies et les représentations qu'elle semble véhiculer, on retrouve les idées de provocation et de revendication : « *si je devais résumer la trap en un mot, ce serait l'insolence* ». Soit critiquée soit revendiquée pour cela, l'écoute de la trap s'accompagne pour certains publics d'un sentiment de puissance, de confiance, d'indépendance et de force. En partie dû aux basses et sonorités qui prend en corps, la trap est écoutée fort est envahi les individus. Lorsqu'elle est délaissée, c'est le plus souvent pour son aspect « répétitif », ses textes ou sa violence ou le manque perçu de musicalité dans le choix des sonorités.

b. Mais aussi des humains : perception des artistes et empathie

Lorsqu'on parle de trap, ce sont souvent les mêmes artistes qui sont invoqués par les publics, mêmes si ces derniers peuvent appartenir à différents sous-genres : l'edm – TNGHT (x2) Kyddiekafka, Hermei, Wiki Boys, Şoudiere (x2), NXXXXS (x2) – l'afrotrap – MHD (x2) ou encore des artistes plus souvent décrits comme artistes rap : Tyler the Creator, Jay-Z ou Kanye West. Elle est souvent américaine – 6ix9ine (x3), Ace Hood, A\$AP Rocky (x3), A\$AP Ant (x2), A\$AP Ferg (x3), Chief Keef, Famous Dex, Future, Ghostmane, Gucci Mane (x6), Guwop, Lil Peep, Lil Pump, Lil Uzi Vert (x3) Migos (x4) PlayboiCarti, Rich The Kid (x2), Rick Ross (x2), Ski Mask The Slump God, Suicide Boys (x2) Waka Flocka Flame (x3), Young Jeezy, Young Thug (x2) XXXTentacion (x3) – mais peut aussi être française – Sofian, Niska (x2), NAV, Gradur (x2) Trafiqinté, Odesza, RL Grimm, Baauer (x2) Kaaris, Booba (x2) – ou d'influence asiatique – Rich Brian, Keith Ape (x3). On retrouve aussi des noms d'artistes avant tout célèbres pour leur

casquette de producteur, comme Metro Boomin. Si sur 37 retours, on ne trouve que 17 réponses, les artistes féminines citées sont souvent les mêmes : IAMDDDB (x3) Beyoncé (x3) Cardi B (x6), Cuban Doll, Kodie Shane, Lean Chihiro (x3), Asian Doll, Bad Bhabie (x2) Nicki Minaj (x2) Saweety. On semble donc retrouver dans les observations le principe de Pareto : les artistes les plus écoutés constituent un réseau minoritaire et nous sommes, comme le formule Stéphane Costantini⁶⁹, dans une « dialectique du tube (la rareté vendue en masse) et du catalogue (l'opulence de titres vendus en petite quantité) », qui représente un exemple de stratégie de valorisation active dans cette scène⁷⁰ et qui pousse les artistes à renouveler fréquemment leur production. Pour autant, les découvertes peuvent être variées : les concerts avec les premières parties ou les plateformes comme soundcloud peuvent être des outils de choix pour découvrir des artistes moins connus : Scarlxrd, Nyora Spouse, Terrance Escobar... Pour autant, sur la majorité de ces plateformes, on retrouve un système algorithmique qui propose des suggestions personnalisées, mais qui peuvent avoir pour effet pour les personnes se focalisant sur un genre particulier à les enfermer dans certains réseaux d'artistes. Il est ainsi fréquent (réseaux sociaux, playlists en soirées...) de voir certains cercles d'artistes se démarquer. Il est intéressant de noter que ces artistes s'affichent souvent ensemble à travers des collaborations ou sur les réseaux sociaux et qu'ils entretiennent entre eux des relations de proximité ou de concurrence.

Sur le plan de la perception des artistes, on retrouve chez les publics certaines récurrences dans les représentations : certains artistes sont liés dans leurs esprits car ils répondraient à un modèle particulier. Par exemple, l'image des artistes comme 6ix9ine, Trippie Red, Lil Pump, XXXTentacion, Lil Peep moquées dans des memes : « have 'lil' in your name / your hair has to look like a birds nest – faisant références aux dreadlocks de nombreux artistes – have meaningless face tattoos / rap about xans and depression ». On retrouve du côté féminin l'image de la femme sulfureuse et indépendante : Asian Doll, Cardi B, Nicki Minaj, Saweetie... L'artiste doit être reconnaissable, identifiable et ce faisant, exprimer son indépendance ou son appartenance à tel ou tel groupe d'artistes.

2. au mode de vie et à la culture

a. Construction d'un mythe : quand la trap devient un nom

Comme nous l'avons vu dans le début de cette étude, le mot trap tend aujourd'hui à désigner

69 COSTANTINI, S. « De la scène musicale aux réseaux musicalisés. Les inscriptions territoriales et socio-économiques de l'activité artistique », *Réseaux*, no192, 2015, p. 143-167.

70 COSTANTINI, S. « Création de la rareté : de la notion de vivier à l'ère du numérique » in MATTHEWS, J.T., PERTICOZ, L. (dir.) *L'industrie musicale à l'aube du XXIe siècle. Approches critiques*, Paris : L'Harmattan, coll. Questions contemporaines, série 'Les industries de la culture et de la communication', chapitre 4, p.97, 2012.

aussi bien des œuvres qu'une sphère d'acteurs partageant une culture commune. Depuis les années 1990, le genre n'a cessé d'investir des lieux toujours plus urbains et centraux en attirant des publics plus jeunes. Aujourd'hui, pour certains publics, parler de « trap » est devenu quelque chose de naturel et il appartient de moins en moins à une communauté d'initiés. Pour autant, plus que de désigner un seul genre musical, il constitue aussi aujourd'hui dans une certaine mesure un mode de vie : en témoigne le gain de popularité que connaît le genre dans la culture de masse : elle est associée à certaines marques, certains labels, ou médias et on la retrouve dans des productions culturelles comme les films et les séries : on retrouve certains titres du corpus dans des B.O. de films ou séries d'action fantastiques comme « Bright » de Netflix avec Migos, A\$AP Rocky, Future, Lil Uzi Vert, ou « Deadpool 2 » avec Lil Pump et il va jusqu'à devenir un genre de prédilection pour certaines branches de labels comme celle de Spinnin' Records⁷¹.

Elle devient un nom et une culture, qui invoque des imaginaires parfois lié à la thématique du religieux. De manière presque égrégore, elle renvoie à une dynamique de groupe qui permet de construire des communautés et des représentations communes ; les experts, surtout les plus jeunes, associent l'écoute du genre à un certain mode de vie et prennent les artistes pour référence. Les œuvres elles-mêmes entretiennent un rapport intéressant à la religion. Si beaucoup des artistes portent des signes de religion (port de croix ou autres bijoux, mention de dieu dans les paroles), ils créent parfois des mises en scène qui entretiennent des rapports à la théologie. Les artistes se mettent dans la peau d'idoles, ce qu'ils peuvent être pour une certaine communauté de fans. Comme toute théologie, elle implique des idéologies – dont nous avons vu les représentations chez les publics en première et deuxième partie du mémoire – des symboles, des objets, ainsi que des sujets. Les artistes sont donc parfois idolâtrés et représentés comme tels et pour lesquels le jugement moral est parfois affaibli : que penser des illustrations de XXXTentacion représenté comme un ange ? Du jugement de l'affaire d'agression sexuelle de 6ix9ine ? Il ne s'agit pas ici d'entrer dans des questions politiques, mais de souligner la forme de distance qui se fait parfois des publics aux artistes.

b. Objets et coutumes : la trap en dehors de la musique

Les publics qui s'identifient le plus à la musique trap sont parfois à l'image des artistes et ils partagent avec eux certains modes de vie ou de consommation dans ce qui leur est accessible au quotidien : ils jouent aux jeux vidéo, sortent en soirée, fument... Surtout chez les plus jeunes, il peut y avoir un phénomène d'identification aux artistes et/ou de connivence qui se traduit par un

71 <https://www.spinninrecords.com/releases/label/trap-city/>

apprentissage des codes du genre. Ces codes permettent l'identification entre pairs et semblent s'exprimer par la construction identitaire qui s'effectue à travers l'écoute de la musique dans un processus de création identitaire défini par Lucien Perticoz⁷².

D'abord, elle implique un savoir historique qu'on est parfois fier de montrer : au concert de Kohh en septembre 2017, je me souviens d'une conversation avec un adepte du genre, qui m'a dit au moins 3 fois qu'il connaissait Kohh depuis des années et n'avait de cesse de citer des noms d'artistes, les plus pointus possibles. On observe une première scission dans la typologie de publics étudiés entre ceux qui connaissent les origines du terme – et qui sont adeptes du genre – et ceux qui n'ont qu'une vague idée de ses origines et qui n'en écoutent pas forcément.

Pour les experts, la construction de la culture trap passe par l'apprentissage d'un lexique – qui leur permet de comprendre l'anglais slime que l'on retrouve dans certaines paroles. Il sait alors que le « skrt » se réfère au crissement des voitures, « molly » à la MDMA, « Ice » les bijoux ou plus communément l'argent, ou ce que sont les « Lamb », « Uzis », « Lean » ou « Milly ». Pour autant, une grande partie des personnes qui écoutent de la trap n'expriment pas de curiosité approfondie envers les paroles.

Ainsi, comme nous l'avons vu dans les parties précédentes, l'usage du mot trap évoque de nombreuses références culturelles, des lieux, des images ou des clichés que partagent certaines communautés de publics. Pour certains, elle devient créatrice de lien sociale. Contrairement à ce qu'une certaine frange de l'opinion publique peut penser, elle ne se limite pas aux frontières des banlieues et des catégories sociales. En cela, elle se présente comme un genre populaire. Comme le note par ailleurs Mills et de plus en plus, la culture rap « has infiltrated numerous aspects of mainstream white culture (or popular culture) including fashion, movies and vocabulary ». Pour autant, malgré son ubiquité, la trap est parfois décrite comme « mode qui passera assez vite car manquant de renouvellement ». Si le rap a essuyé la même critique sans pour autant perdre en popularité, les conditions matérielles, politiques et économiques actuelles impliquent pour les acteurs du secteur certaines stratégies pour continuer à exister auprès des publics. Nous entrons dans l'économie de l'attention et pour cela, les artistes et labels doivent développer de nouvelles manières de capter leurs publics. Il s'agit, dans un dernier mouvement, d'étudier les enjeux que posent la trap aux marques et aux médias et leur rôle dans la formation des représentations liées à la trap chez les publics.

Si elle n'est pas toujours identifiée en tant que telle, il existe une culture trap marquée par son

72 MATTHEWS, J.T., PERTICOZ, L. (dir.) *L'industrie musicale à l'aube du XXI^e siècle. Approches critiques*, Paris : L'Harmattan, coll. Questions contemporaines, série Les industries de la culture et de la communication, Chap. 1 « La mise en musique du quotidien », 2012, p. 25.

ubiquité qui se diffuse principalement à travers certains canaux de communication. Aussi, pour reprendre le schéma de pensée que Bergson appliquait au Romantisme dans sa réflexion sur la constitution d'un savoir historique, l'utilisation du mot « trap » pour définir aussi bien un genre musical qu'un état d'esprit est en réalité une reconstruction a posteriori d'un phénomène observé. Autrement dit, les différents acteurs qui ont participé à la popularisation et à l'emploi du terme dans le sens qui nous intéresse ici, n'ont pu le faire que grâce à un recul pris sur les différentes scènes émergentes à l'époque et les liens qu'elles pouvaient avoir entre elles. Je postule de la même manière qu'une culture trap se développe depuis plusieurs années et que les médias et les marques tiennent un rôle de première importance dans la définition de ses caractéristiques. C'est pourquoi il s'agira d'étudier, dans un dernier temps, quels sont les principaux canaux de communication de la trap, non seulement en tant que genre musical, mais aussi comme mouvement culturel, et comment ces derniers participent à la création de son identité.

III. DU GENRE MUSICAL A LA CULTURE TRAP : QUELS ENJEUX EN TERMES DE COMMUNICATION ?

A) Vers plus de personal branding et marketing d'influence

1. Le personal branding et la création d'une image de marque

La trap est avant tout appréciée comme genre musical, indépendamment des artistes qui la produisent. Elle s'adresse à des publics dans leur ensemble assez volatiles et dépendants à la nouveauté et il est donc important pour les acteurs du secteur de savoir exister. Les typebeats sur youtube peuvent associer 3 artistes dans une même production et certains publics sont incapables d'associer les œuvres à leurs artistes. Si ces derniers sont appréciés pour leur contenu lyrique, ils le sont aussi pour leur esthétique et leur caractère. Il existe certes des aspérités dans les styles de chaque artistes et certains sont connus pour avoir fait évoluer le genre – XXXTentacion pour la saturation et la voix criée. Pour autant, dans la mesure où la trap invoque tout un réseau de producteurs (Zaytoven, Metro Boomin, Pi'erre Bourne etc) nous verrons que la voix est le premier outil des artistes. Au sens propre comme figuré, la voix devient ce qui est le plus valorisé auprès des publics initiés, qu'elle soit celle des œuvres, mais aussi celle qu'on retrouve dans les vidéos et à l'écrit sur les réseaux. Les pages des artistes concentrent les communautés de fans au détriment des fanpages et leur parole est souvent recherchée par les médias : la presse spécialisée crée des contenus axés « people » en construisant des récits autour des publications des artistes et certains médias développent de nouvelles formes

d'interview, qui laissent une place toujours plus importante à la parole : on peut souligner les cas intéressants de Noisey ou GQ⁷³ avec Cardi B de mise en scène de prise de parole médiatique. Pour autant, celle-ci n'est pas la seule qui joue en faveur des artistes, l'esthétique tenant un rôle primordial dans l'appréciation de la trap. Nous verrons alors dans quelle mesure ces enjeux de visibilité et de personal branding s'expriment aussi bien sur le plan esthétique que du point de vue de la personnalité des artistes.

a. L'esthétique : la construction d'un personnage

« *Everything's just aesthetic.* »⁷⁴

L'esthétique trap semble être très codifiée et on y retrouve un certain nombre de signes, qu'ils soient langagiers, gestuels ou visuels. Ils sont partagés par les artistes et participent parfois de la construction d'un « personnage » chez les publics, associé à l'artiste. Les stratégies de personal branding vont alors d'abord s'exprimer en termes de construction esthétique.

Sur le plan musical, la voix participe de l'esthétique personnelle en ce qu'elle est propre à l'artiste et qu'elle est reconnaissable. Avec les technologies actuelles – réverbération, saturation etc – elle peut être modifiée, donnant du caractère aux œuvres des artistes. Dans les œuvres, on retrouve aussi des signatures sonores : aussi bien pour les rappeurs que les producteurs, elle tient un rôle important et participe de l'association pour les publics d'une esthétique musicale à son créateur. Les producteurs tiennent un rôle important dans l'économie de la trap et collaborent la plupart d'un temps avec un grand nombre d'artistes. Ainsi, Ronny J, Pi'erre Bourne, Metro Boomin et autres djs ont leur signature sonore autant que les artistes qui prononcent leur nom dans les productions.

Le style vestimentaire est une autre manière pour les artistes de créer leur esthétique. La plupart des publics rencontrés de septembre 2017 à novembre 2018 se sont accordés sur le fait que l'apparence physique jouait un rôle important dans l'appréciation d'une personnalité. Les goûts des artistes deviennent parfois des références : c'est le cas par exemple pour A\$AP Rocky, qui se présente comme égérie et qui investit les magazines de mode comme Grazia⁷⁵ ou Vogue⁷⁶. Parfois il permet l'identification de l'artiste par le public, qui réduit l'artiste à une caractéristique vestimentaire ou

73 QG, *Cardi B Goes Undercover on Reddit, Twitter and Youtube / Actually Me*, 09/04/2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=K0GRBMSCIK4>

74 THE DAILY SHOW, NORAH, T. x A\$AP ROCKY, 2018, 5'20 <https://tstng.co/videos.html>

75 GRAZIA, « On s'habille comme... A\$AP Rocky », 24/04/2017

<https://www.grazia.fr/mode/on-s-habille-comme-a-ap-rocky-851647>

76 VOGUE, « Pourquoi A\$AP Rocky devient une icône de style ? », COMPAIN, H. 23/02/2017

<https://www.vogue.fr/vogue-hommes/mode/diaporama/le-style-daap-rocky-en-images/23691>

physique : 6ix9ine et son grill multicolore, Lil Pump et ses dread roses, Ski Mask The Slump God et son du-rag⁷⁷. Ces associations font l'objet de détournements comme des memes, des caricatures ou encore des illustrations. Ils deviennent alors parfois réductible à leurs caractéristiques physiques et identifiés à des personnages : on leur donne des surnoms, ils jouent leur propre rôle dans des séries (Migos dans Atlanta), on les dessine et on les réduit à certains mots, certaines expressions. Par exemple, les illustrations choisies pour illustrer les tubes du premier album de Lil Pump sont tous des caricatures du rappeur. Plus récemment, on retrouvait la même chose chez Take Off, membre des Migos, et son single The Last Rocket⁷⁸. Certains artistes vont jusqu'à avoir leur propre logo : 6ix9ine par exemple, avec son tatouage facial qui est repris par certains fans et rappelle le principe des gangs avec son degré d'engagement et d'appartenance. Enfin, on retrouve également un grand nombre d'images des artistes qui circulent, que ce soit dans les médias ou sur les réseaux sociaux.

L'enjeu étant pour les artistes de contrôler leur image, on retrouve certains cas intéressants comme celui de Rich Brian. Artiste indonésien, ce jeune artiste à l'origine humoriste sur Vine et Youtube, devient célèbre avec son titre « Dat \$tick » qui comptabilise aujourd'hui 105 millions de vues. Rempli de clichés sur le genre – bouteille de whisky, montre, armes – et en même temps décalé – banane, polo rose, petits moyens – il est alors produit sous le nom de Rich Chigga. Avec sa popularité, de nouvelles productions voient le jour et le 2 février 2018, à un mois de la parution de son album, l'artiste et le label annoncent sur les réseaux sociaux le changement de nom de l'artiste qui devient Rich Brian, de son vrai nom Brian Imanuel. Faisant écho à la controverse autour du nom initial, ce changement intervient dans le cadre d'une professionnalisation de l'artiste, passant d'humoriste à artiste reconnu par les pairs du genre : Wacka Flocka Flames, 21 savage ou encore Offset avec qui il a collaboré. Les artistes tendent de plus en plus à être assimilés à leur personnage : ils deviennent eux-mêmes personnage. Autre exemple : à Halloween, certaines personnes ont choisi de se déguiser en artistes trap : Trippie Red, Nicki Minaj ou encore Cardi B. Contrairement à l'acteur, dont on incarne un personnage, ils incarnaient ici la personne : on retrouve alors des déguisements dont le seul lien directement reconnaissable est celui de l'énoncé linguistique ou de la photo qui l'accompagne. Ce phénomène ne se réduit pas à l'esthétique mais semble aussi engager la personnalité.

La trap fait aussi référence à des images et une voix qui s'expriment en dehors de la sphère musicale et qui a vocation à être récupérée par la sphère médiatique et publique. Le cas de la campagne de Travis Scott autour d'AstroWorld est intéressante à étudier pour ses expressions plurimédiatique : contexte / objets / stratégie (...) cette campagne a donné lieu à des effigies (la tête

77 Bandana qui était porté par les esclaves au XIXe siècle

78 Annexe no 16 – Capture d'écran de l'instagram de Lil Pump (illustrations de singles), de Migos et de Fat Nick VaporMax « Day to night » avec Travis Scott, 2017

dorée de Travis Scott) qui se sont déclinée grandeur nature, mais aussi comme objet miniature. Les statues dorées de la tête de Travis, en plus de leur caractère théologique, ont été reprises dans les clips, on a donné lieu à des memes, des articles... L'album a fini n°1 des charts et a engendré un beef avec Nicki Minaj. L'artiste a par ailleurs dernièrement organisé sa soirée de sortie discographique dans le parc des Six Flags auquel l'album est dédié.

b. Le caractère : la construction d'une personnalité

Les publics les plus adeptes de la trap sont souvent attirés par l'entertainment. Or, compte tenu de l'homogénéité possible des styles, la voix et l'esthétique des artistes ne suffisent pas toujours à se démarquer. Ainsi, si beaucoup d'artistes développent un style vestimentaire pointu, ils s'appliquent également à montrer leur personnalité. Chez ces artistes, on retrouve une logique de monstration importante. Ces derniers sont souvent très actifs médiatiquement, et publient des dizaines de contenus par jour sur les réseaux sociaux. On les voit en face caméra, en train de nous raconter leur journée, ou de répondre à un beef. Ils développent ainsi une parole qui s'exprime hors de la sphère musicale.

Pour gagner en visibilité, les artistes ont la possibilité de mettre en œuvre un travail de storytelling autour de leur personnalité et de déployer diverses actions pour faire parler d'eux : par exemple Kanye West collabore de plus en plus avec des artistes trap comme Lil Pump, et ses productions portent de plus en plus la marque des sonorités du genre. Il multiplie alors les apparitions et les déclinaisons de ses productions : on entend parler de lui pour ses collaborations, pour sa marque, pour son entretien avec le président américain Donald Trump ou encore pour son don en Ouganda. Il capte alors une partie de l'attention médiatique et on parle de lui même dans les moments où rien de nouveau n'est à signaler côté production. Ce faisant, il alimente en contrepartie la controverse, ses rencontres avec divers présidents ayant fait réagir d'autres personnages, opposés à la politique des présidents.

Aussi, la personnalité des artistes est parfois réduite à des caricatures. C'est par exemple le cas avec les déguisements d'Halloween, mais ce phénomène ne s'exprime pas uniquement sur le plan physique. L'artiste Cardi B par exemple est connue pour son expression « Okur » tandis que Bhad Bhabie elle pour son « Cash' me ousside how bow dah ». Cette réduction de l'humain à certains traits caractérisables est parfois envisagée comme une force par certains artistes. Ainsi, Cardi B reposte les photos de ses fans en costume. Elle déclare aussi, dans la vidéo de QG, après avoir été surnommée « The new queen of rap » : « It's not my character. I'm more of the trapper, the queen stuff, it's too girly for me ». Sur sa page twitter et instagram, on retrouve également dans sa description le mot

entertainment et entertainer. Le phénomène d'ultrapersonnalisation et de codification qui touche certains artistes de la scène est donc mise en avant comme un phénomène normalisé.

Ce qui est en découle, c'est que l'artiste montre qu'il est unique, original. Ainsi, on peut entendre dans la bouche des Migos : «Since Migos (...) changed the rap game forever, what do you think would have happened if they never existed, how would music sound today ? » : « There wouldn't be a lot of young rappers running around with face tattoos, jumping up and down going crazy. The youth would be lost because we're their big brothers »⁷⁹. On est donc dans la démonstration d'une forme d'originalité, d'unicité et de mérite qui s'exprime à la fois sur le plan esthétique que sur le plan psychologique. Cette tentative de se présenter en tant que modèle et référence auprès des publics mène souvent à une communication brute et inclusive : « I love when everybody (...) try to imitate us cause we got the most swag, I know everybody wanna be us so go ahead and just dress up and be like us. On halloween, I'm gonna see all the Migos costumes, the best winner might get a iced out chain from your boy. You dig ? ».

2. Les médias comme canaux de communication privilégiés

Les médias ont joué un rôle primordial dans le relai du mot trap et de son institutionnalisation pour décrire le genre : enquête quantitative « J'ai appris ce terme via des sites de culture pop comme Konbini, inrocks etc (sites que je déteste au demeurant mais c'est un autre sujet). »⁸⁰

a. Presse et audiovisuel : la question de la visibilité

La presse joue un rôle important dans la visibilité des artistes auprès des communautés déjà constituées dans la mesure où elles sont les premiers relais du genre et que les titres spécialisés posent les jalons de sa définition musicale et de la dénomination accordée aux différents artistes. Pour autant, elle ne relaie pas toujours des temps des informations en rapport avec la production musicale de ces derniers, mais s'inspirent également de leur vie quotidienne, faisant apparaître le spectre du « paparazzi », du « gossip » et du « people ». On retrouve alors des articles pour parler d'une bagarre avec l'artiste et un membre de la foule lors d'un concert, ou alors des interpellation sur des choses insensées : « hey kids, do you want Lil Pump to trash his apartment ? ». On tombe parfois dans une

79 QG, *Quavo Goes Undercover on Twitter, Youtube and Reddit / Actually Me*, 09/10/2018
<https://www.youtube.com/watch?v=JcXRAt2rFjw>

80 Annexe no 12 – Entretien quantitatif, ensemble des données recueillies sur GoogleForm

forme intense de voyeurisme, qui est pour autant entretenue par les artistes eux-mêmes : la vidéo n'est pas tirée de caméras de surveillance mais a été postée par l'intéressé sur les réseaux sociaux. Les médias attirent les lecteurs et les clics grâce à une promesse de sensation, ce que font aussi dans une certaine mesure les clips.

Dans la presse, on retrouve plusieurs catégories d'articles :

- des contenus republiés (vidéos trouvées sur les réseaux sociaux, tweets, photos...)
- des interviews : que ce soit sous format vidéo, audio ou écrit
- des rapports sur les activités des artistes : parutions d'albums, collaborations, mixtapes...
- des analyses : sur certaines collaborations, des reportings pour les concert...
- des articles sur la mode : Grazia, Vogue et d'autres titres qui créent par exemple des galeries photos (par exemple les styles haute-couture de A\$AP Rocky)

L'audiovisuel tient par ailleurs une place importante dans cette forme de visibilité. S'agissant souvent de médias et de réseaux digitaux, les contenus sont facilement agrémentés voir construits sur de la vidéo. Aux côtés des vidéos-live, backstages et interviews, les clips sont pour l'artiste trap un outil de communication de premier ordre : si l'attention de l'auditeur n'est pas toujours focalisée sur l'écran, tous les répondants au questionnaire quantitatif disent utiliser youtube pour écouter de la musique. Se distinguant parfois difficilement par les moins initiés sur le plan musical, la vidéo leur permet de proposer leur esthétique personnalisée et d'imprimer leur image dans l'esprit des publics.

On retrouve dans plusieurs clips une mise en abîme intéressante⁸¹ : les artistes sont comme des acteurs dans les médias (A\$AP Mob – *Yamorghini High*⁸²) et sont parfois aussi spectateurs de leur vie à travers la télé (Playboi Carti – *New Choppa*⁸³) ou les magazines (Ski Mask The Slump God – *Baby Wipe*⁸⁴). Cette mise en abîme va parfois à l'infini (A\$AP Rocky – *A\$AP Forever*⁸⁵). Ces quelques exemples témoignent de la médiagenie de la trap. Aussi, du point de vue de l'artiste, on pourrait interpréter ces productions comme une volonté de sortir du « confort médiatique » entendu à la manière de Philippe Marion⁸⁶, car une certaine distance est créée entre l'artiste et le public ; « Cette invasion, c'est celle des images, on l'aura deviné, mais c'est, bien plus largement, le nouveau régime de la fiction qui affecte aujourd'hui la vie sociale, la contamine, la pénètre, au point de nous faire douter d'elle, de sa réalité, de son sens et des catégories (l'identité, l'altérité) qui la constituent et la définissent. »⁸⁷

81 Annexe no22 – Captures d'écrans des clips de A\$AP Mob, *Yamorghini High*, Playboi Carti, *New Choppa*, Ski Mask, *Baby Wipe*, 2018 et Annexe no23 – Captures d'écrans du clips de A\$AP Mob, *A\$AP Forever*, 2018

82 A\$AP MOB, *Yamorghini High*, 2016 - https://www.youtube.com/watch?v=tt7gP_IW-1w

83 PLAYBOI CARTI ft. A\$AP ROCKY, « *New Choppa* », 2017 - https://www.youtube.com/watch?v=_JZqoGz0b6o

84 SKI MASK THE SLUMP GOD, « *Baby Wipe* », 2017 - <https://www.youtube.com/watch?v=1JA4QNmptU>

85 A\$AP ROCKY, « *A\$AP Forever* », 2018 - <https://www.youtube.com/watch?v=BNzc6hG3yN4>

86 MARION, P. « Narratologie médiatique et médiagenie des récits » in *Recherches en communication*, no7, p. 61-87, 1997

87 M. AUGÉ, *La guerre des rêves. Exercices d'ethno-fiction*, Paris, Ed. du Seuil, 1997, p.11

Dans « I Love It⁸⁸ » de Lil Pump et Kanye West, si le premier artiste est considéré comme un artiste trap, ce titre s'en éloigne en beaucoup de points. Pour autant, la vidéo a été envisagée comme un matériau transmedia, qui pourrait être découpé, transformé en meme et qui serait intrigant et déclinable, et qui permettrait de gagner des vues et de créer un intérêt autour du contenu. Si la vidéo a été beaucoup teasée sur le compte Instagram de Lil Pump pendant que ce dernier était en prison, il a ensuite fait une apparition avec Kanye aux VMA : cette fois-ci, ils étaient déguisés, non pas en gros cubes, mais en bouteille Perrier et en bouteille Fuji, marque qui par ailleurs, connaît une bonne popularité parmi certaines communautés trap.

On voit donc que les artistes optent pour une logique transmedia, qui ne se limite pas aux seuls relais presse et que les contenus audiovisuels jouent un rôle important dans la communication des artistes et leur visibilité auprès des publics.

b. Réseaux sociaux : susciter l'engagement du public

Parmi les médias les plus souvent utilisés par les artistes et les labels, on retrouve internet. Permettant une visibilité à l'échelle internationale, notamment dans les pays développés, c'est un outil incontournable pour cette scène musicale en ce qu'elle permet de déployer une esthétique et une parole au sein d'un maillage dense. S'il est difficile d'y exister, ceux qui y parviennent jouissent d'une proximité importante avec leurs publics. Parmi les artistes étudiés, la plupart possèdent des comptes sur les réseaux les plus utilisés : instagram, facebook, youtube, snapchat... Ils permettent aux artistes de construire des vitrines et des écrans et participent de la construction de leur personnage. On retrouve alors certaines similarités dans les usages des réseaux sociaux par les artistes trap U.S. Sur Instagram par exemple, il peut s'agir entre autres :

- de démonstration de richesse⁸⁹ (des gros plans sur les bijoux, voitures, mises en scène importantes et démonstration), qui peut aussi s'exprimer sur des plans différents que le plan matériel – par exemple Kaaris qui poste beaucoup de photos de son enfant.
- d'une galerie de portraits où le corps de l'artiste et sa personnalité sont mis en avant : que ce soit à travers des photoshoots ou des vidéos, on voit l'artiste en plan large, rapproché ou en selfie. Sa parole est mise en avant car il s'adresse souvent à son public.
- il est un moyen de promotion pour les artistes qui tentent de créer des communautés fidèles : on retrouve des jeux concours, des incitations à l'engagement. Les artistes y teasent leurs

88 LIL PUMP ft. KANYE WEST, « I Love It », 2018 - <https://www.youtube.com/watch?v=cwQgjq0mCdE>

89 Annexe no20 – Captures d'écrans de posts Instagram des bijoux d'Offset – Migos (gauche) et Lil Pump (droite), 2018

prochaines productions, proposent à leurs followers de participer à des conversations, de gagner des objets...

- de création de réseau : il permet d'afficher ses succès, ses relations et de construire une communauté de fans

Aussi, si ils cherchent à créer de l'engagement, les contenus des artistes peuvent être pensés sous la forme de la réappropriation : c'est par exemple le cas du clip de VALD « Eurotrap » qui a été tourné sur fond vert : ouvert au téléchargement, il devait pouvoir être repris par les fans et l'artiste a incité ses fans à envoyer leurs créations à Universal Music. On retrouve également des challenge, jeux concours, des invitations à participer à des conversations live, des retweets par les artistes... Il y a alors un phénomène de viralité, comme c'est le cas par exemple de Kierra Luv, qui en quelques jours est passé de 400 000 followers instagram à 854 000 aujourd'hui. Ayant participé au « money challenge » lancé par Cardi B, son post a été retweeté par l'artiste. On retrouve par ailleurs dans les commentaires une volonté souvent importante d'être considéré par l'artiste.

Ainsi, que ce soit grâce aux plateformes d'écoute en ligne, aux réseaux sociaux, blogs et autres médias, internet se présente comme une ressource indispensable pour les artistes de cette scène, leurs publics ayant une utilisation importante comme nous l'avons vu du web.

1. La trap sur le plan vestimentaire : de la culture du streatwear au luxe

Lors de mes observations, j'ai parfois rencontré des gens qui utilisaient le mot trap pour définir un style vestimentaire et une manière d'être⁹⁰. Cet usage réfère à un engouement remarqué autour du street-wear, aussi bien en fast-fashion qu'en luxe. La plupart sont familiers avec les personnalités telles que Virgil Abloh, et invoquent des noms divers : Gucci, Supreme, Fila, Nike, Adidas, Off-White, Givenchy... Tandis qu'un grand nombre de marques restent en dehors de ces noms fréquemment cités, on a pu observer une tentative pour ces dernières de s'insérer dans le jeu d'influence : par exemple, Kitsuné, Timberland ou encore Givenchy choisissent de proposer des afterworks et soirées en signant des partenariats avec des artistes trap (Kareem Kalokoh) ou a minima en habillant leur espace sonore de morceaux trap (Givenchy, Timberland avec les djs du Boukan Records). Ces événements jouent par ailleurs sur le principe de rareté ; dans la mesure où si tout le monde peut en droit s'inscrire sur les listes (dont la jauge est consciemment limitée), ce sont les premiers arrivés qui jouissent de ce « privilège ». Dans ces cas, les réseaux informels que constituent l'entourage en partie vont avoir un rôle important dans la propagation de l'information et la cooptation des autres publics : si l'événement

90 « Il y a des gens qui s'habillent trap, mais ils en écoutent même pas », Maïté, 23 ans

est publié sur facebook, les gens vont en prendre connaissance en premier lieu parce qu'un de leur ami leur aura envoyé le lien, l'aura engagé à participer ou aura vu que son ami est intéressé par l'événement. Ceci n'est d'ailleurs que la seconde partie des entrées : avant d'ouvrir les listes au public, celles-ci sont bien entendues remplies par les partenaires et amis des participants et producteurs. Pour la soirée Boukan Records à la Rotonde par exemple, si une partie du public s'est inscrite via le formulaire en ligne, une grande majorité des personnes présentes appartenaient soit : au groupe d'artistes venus de Cergy, au personnel engagé pour la soirée (bar), à l'équipe de TRAX (Djs mais aussi organisateurs et leurs amis), à l'agence Dentsu.

Les artistes, compte tenu de leur présence sur les réseaux sociaux, mais aussi dans la presse ou en concerts et festivals, représentent des influenceurs de choix pour atteindre différents publics et donner de la visibilité aux marques. Le phénomène qui touche déjà beaucoup d'artistes est aussi présent sur la scène trap : celui-ci peut être médiatique, vestimentaire, mais aussi invoquer d'autres marques – alimentaires, alcool, automobile etc. Avec la médiatisation, la vie quotidienne, l'importance de l'objet pour le sujet est magnifiée. On se retrouve alors avec de nouvelles opportunités en termes de placement de produit, de création de références, de systèmes sémiologiques.

Dans tous les clips, sur les comptes instagram ou dans les garde-robes, les marques de luxe sont présentes. Si le sujet pourrait être plus amplement développé, il me semblait important de revenir sur ce phénomène culturel qui participe de la définition de la trap. Grâce à son puissant pouvoir d'identification et de représentation, la mode est l'un des éléments clés de l'identité trap, aussi bien du point de vue des artistes que de certaines communautés de publics. Elle permet pour certains sujets, de s'identifier à des communautés qui partagent les mêmes références et les mêmes goûts que lui, jouant ainsi un rôle social ramificateur. Pour les artistes, elle est aussi une démonstration de goût, de richesse et participe de la création d'une esthétique, à la fois propre à l'artiste et identifiable au genre.

En termes pratiques, cela s'illustre d'abord une importante présence des marques dans les styles vestimentaires des artistes mais aussi des communautés de publics étudiés. On retrouve par ailleurs différents degrés d'investissement, des artistes et publics les plus riches (Gucci, Chanel, Versace) aux publics moins aisés (Off-White, BAPE, Supreme) et plus modestes (Adidas, Nike, Fila). Pour autant, cela n'exclue pas le fait, comme le soutenait Patrice Duchemin que même les classes les plus modestes investissent parfois une somme conséquente dans un ou deux objets et achètent ainsi sa valeur symbolique. On soulignera donc ici l'observation d'un phénomène de popularisation de la mode street, des collections de Virgil Abloh, aux sneakers et « flip-flops » Gucci, aux rayons de magasin fast-fashion d'inspiration street wear, phénomène par lequel s'exprime chez certaines communautés d'artistes et de publics, une partie de l'esthétique et de l'identité trap.

Les marques font partie intégrante de l'univers artistique trap, notamment pour la plupart des artistes les marques de luxe. Comme montré avec Jernej Kaluza, la trap exprime un rapport particulier à la richesse et au capitalisme et il est des artistes qui s'emploient à vanter la préciosité de leur appareil. Les marques jouissent alors d'une visibilité qui n'était dès lors pas envisagée dans les termes de communication établis par les stratégies marketing de ces marques. Autrement dit, elles atteignent de nouveaux publics et sont ainsi intégrées aux processus de représentation liés à certaines cultures dont la culture trap. Compte tenu de l'importance qu'elle y tient, je postule que les marques deviennent à terme elles-aussi productrices de culture et contribuent à définir l'esthétique trap.

2. Relation artistes-marques : des ressources financières

a. Les artistes pour les marques : de nouveaux influenceurs/ses

Les artistes trap, compte tenu du lien fort qui a été créé avec l'univers du luxe et des marques en général, deviennent des influenceurs et ambassadeurs de choix pour les marques. L'intérêt de ces dernières pour les artistes peut s'exprimer de différentes façons : des collaborations ponctuelles, des postes d'ambassadeurs, de la création de contenu... Ces relations tiennent toujours compte du potentiel de visibilité que l'artiste peut apporter en contre partie de l'investissement fourni par la marque : il s'agit souvent de partenariats, mais les aussi de contenus sponsorisés, ou d'apparitions publicitaires et médias.

Parmi les différentes formes de collaborations, on retrouve :

- des partenariats fréquents entre les artistes et les marques : 1) il peut être ponctuel ; cela peut être dans le cadre par exemple d'un événement : un concert est organisé par ou en partenariat avec une marque qui booke l'artiste, le plus souvent lors d'une soirée organisée dans un lieu équipé et urbain. Dans les exemples observés on retrouve en artistes, Kareem Kalokoh et Kitsuné, et en collectifs, Boukan Records – Timberland ou GDS – Asics. 2) Il peut aussi être à long terme : dans certains cas, l'artiste est ambassadeur de marque : on retrouve pour Nike, Travis Scott , pour Adidas, Kyllie Jenner, pour Reebok Classic, Future, Lil Yachty, Gucci Mane, Rae Sremmurd. On retrouve aussi la présence de certains artistes dans les marques de luxe : A\$AP Rocky pour le Cognac Courvoisier⁹¹ par exemple.
- Des contenus sponsorisés : que ce soit des clips (Higher Brothers & Joji⁹² – Nomadic et Adidas)

91 SANDRAROSE, « Rapper A\$AP Rocky Named Courvoisier Ambassador », 22/06/2017

<http://sandrrose.com/2017/06/rapper-aap-rocky-named-courvoisier-ambassador/>

92 HIGHER BROTHERS & JOJI, « Nomadic », 2017

ou des vêtements.

Si on trouvait déjà des collaborations avec les marques dans le hip-hop depuis les années 1970, 1980, les marques de luxe gagnent en importance dans les esthétiques des artistes US. Lil Pump et la chanson Gucci Gang est un exemple intéressant de la manière dont certaines marques profitent d'une visibilité gratuite, qui n'est dans ce cas là pas prévue. On trouve beaucoup d'autres occurrences de ce cas comme avec, « Versace »⁹³ de The Migos, « Bartier Cardi »⁹⁴ de Cardi B, et toutes les références annotées. On ne sait pas trop à force à quel point c'est sponsorisé.

b. Les marques pour les artistes : de nouveaux entrepreneurs/ses

Les marques deviennent des objets incontournables pour les artistes qui n'hésitent pas à développer leur propre marché. Pour aller au-delà du partenariat avec les marques et gagner en indépendance, les artistes deviennent des entrepreneurs et lancent leurs collections : ils peuvent alors se tourner vers la mode. On peut penser par exemple au A\$AP Mob Clothing ou à Yeezy pour Kanye West. Lorsqu'il ne s'agit pas pour les artistes de créer des collections, ils peuvent se contenter du merchandising. Il est alors la plupart du temps un moyen d'augmenter sa vente de disque dans la mesure où les articles peuvent être présentés individuellement ou sous forme de « pack » aux internautes, souvent de manière limitée : on peut retrouver cet exemple dans le merch d'Astroworld de Travis Scott ou de 88rising pour la sortie du dernier album de Joji⁹⁵. Il y a alors une création de rareté qui peut pousser le consommateur à l'achat.

D'autre part, on retrouve aussi des artistes qui se tournent vers la production et le management. Le cas d'A\$AP Rocky et du A\$AP Mob est ici particulièrement intéressant, à travers l'objet AWGE. Label, boîte de production et marque, il regroupe de nombreux artistes. Sur le site d'AWGE, la section DVD est particulièrement intéressante en ce que la seule caractéristique qu'elle partage avec le dvd est le format audiovisuel et le rôle d'archive. En tant qu'objet, le dvd peut être conservé et il garde une matérialité qu'il n'a plus dans le digital pour le public. On retrouve dans cette section trois « volumes », vidéos de 25mn avec des vidéos back-stage, des montages, des improvisations... Ils relatent l'évolution de l'agence et du collectif à travers ses diverses collaborations

https://www.youtube.com/watch?v=m9I3_6yNjrs

93 MIGOS, « Versace », 2013

https://www.youtube.com/watch?v=rF-hq_CHNH0

94 CARDI B, « Bartier Cardi », 2018

<https://www.youtube.com/watch?v=hXnMSaK6C2w>

95 Annexe no19 – Captures d'écran du site internet de Travis Scott, Shop – Astroworld (gauche) et d'une publication Instagram du label 88rising sur le merch de Joji, 2018

(Tyler the Creator, Moby, Playboi Carti, Kanye West...) autant comme elles se présentent comme monuments d'une histoire individuelle et collective. Elles participent à la création d'une narration composée d'images, de personnages et de mots.

Le discours autour de la marque est d'ailleurs très intéressant en ce qu'il révèle des dynamiques propres aux acteurs de la scène : « AWGE is a collective of young creatives from artists to musical artists, you know I think we all get together in a kind of, like match dem all, how we want to take over, to manipulate or change you know the esthetic, and the way things are, and culture music, film, fashion and art. You know that's all we do. It's just a ton of artists. We try to rekindle that free spirit, live in it, just kind of making do it yourself kind of stuff. Just being ahead of the curve and raising the bar, that's really it. » (...) « I feel like your sound should match your outfit, your outfit should match your video, your video should match your girlfriend, you know. That's one of those kind of things. So everything is asthetic man, you won't »

Les artistes deviennent des créateurs de marque. S'exprimant hors des cadres strictement musicaux, ils prennent d'autres casquettes et parviennent dans une certaine mesure à gagner en indépendance. Ceux qui parviennent à se construire une image de marque semblent le faire au travers d'un certain nombre de références, qu'ils participent dans un même temps à créer. La musique s'accompagne de la photographie, de la vidéo, de la mode, de goodies... Les artistes deviennent alors des entrepreneurs et on peut penser dans ce cas à A\$AP Rocky. D'une part, à la manière de Travis Scott, il crée des signes vides que le public n'a plus qu'à remplir de mythologie. Dans le dernier album *Testing*, on retrouve le symbole noir et jaune, qui est décliné en print, dans les vidéos, les vêtements... D'un point de vue sémiologique, il est intéressant de voir comment il s'apparente aux symboles de danger, et plus particulièrement celui indiquant un danger d'irradiation. Le noir et le jaune sont souvent utilisés dans les pictogrammes pour désigner un danger, et ici, il reprend le symbole utilisé pour le crash test, créant une cohérence esthétique dans toutes les productions autour de son dernier album « *Testing* ». Pour le logo de A\$AP, ce choix semble venir nourrir l'imaginaire obscur et captivant du style.

Pour les artistes on a vu qu'il est indispensable de « se faire un nom ». Avec ce mécanisme, les artistes se constituent en tant que personnage et produisent leurs propres marques. De ce fait, les stratégies de merchandising tiennent une grande place dans ce processus. Il est pour l'artiste une manière de proposer du contenu de marque auprès de ses publics et de les fidéliser davantage, tout en créant des mouvements d'engagement et de fidélisation. Les comptes des artistes sur les réseaux sociaux deviennent des relais privilégiés et on retrouve souvent dans les stories ou les posts des annonces.

c. Le statut ambigu des labels : des médiateurs ?

Pour les artistes, il est donc nécessaire d'acquérir les moyens pratiques pour augmenter sa visibilité et il faut pour cela être en capacité de produire, mais aussi de diffuser. Les artistes signent souvent chez plusieurs producteurs au cours de leur carrière et la plupart tendent à devenir indépendants ou à monter leur propre label. Si la vente physique n'est souvent plus une des premières ressources de l'industrie de la musique, elle tient encore un rôle important dans les enjeux de visibilité : classements dans les titres (Billboards), retombées presse, argument de vente dans le merchandising... À ce titre, les labels représentent encore un confort pour les artistes dans la mobilisation des moyens nécessaires à la réalisation de projets musicaux, qu'ils soient matériels, humains ou financiers. Ils permettent de créer des relations avec les artistes de la même famille, ou d'un même « catalogue », et doivent avoir un carnet d'adresse suffisamment développé pour apporter une plus value à la visibilité de l'artiste. Encore aujourd'hui, la signature apporte un certain degré de reconnaissance, et de confort et elle est encore vue comme un signe de succès : AsianDoll, sur son compte instagram, poste une photo d'elle signant un contrat « Made my 1st Million Dollars ». On retrouve ce témoignage chez d'autres artistes, comme par exemple dans les paroles de Cardi B dans « I Like It »⁹⁶ : « I like million dollar deals, Where's my pen, bitch I'm signin' ». Sa carrière musicale n'a percé qu'après la signature en 2017 d'un contrat avec Atlantic Records pour plusieurs millions de dollars, aillant gagné en popularité avec ses vidéos en ligne et son apparition dans deux saisons de Love & Hip Hop, une émission de téléréalité américaine.

Parfois, le contrat se fait au détriment de l'artiste, d'où la volonté toujours plus importante d'être indépendant. C'est ce qui est arrivé à Lil Pump qui a signé à 17 ans, avant le succès de Gucci Gang, un contrat pour 5 albums avec Warner Bros, qui encaissait alors les revenus générés par les showcases, tournées, albums, droits, merchandising... Lil Pump touchant 15% de rémunération sur les royalties⁹⁷. Toutefois, les majors restent une alternative sécurisante pour les artistes, qui témoignent parfois de leur mécontentements envers les chemins plus informels – « And if y'all do sign ... sign 2 a major Dont sign 2 a rapper or a Dj », Lil Uzi Vert (22/01/2018, Twitter) ; il avait alors signé chez Generation Now, une structure d'Atlantic Records qui lui avait permis de gagner en visibilité. En 2016, DJ Drama, gérant de GR, avait déjà essuyé un rejet de l'artiste, qui avait annoncé sur twitter qu'il

96 CARDI B, « I Like It », 2018

<https://www.youtube.com/watch?v=xTINMmZKwpA>

97 FRENCHPLUG, « Comment Lil Pump s'est débarrassé de son label ? », 13/01/2018

<https://www.frenchplug.com/focus/lil-pump-sest-debarrasse-de-label/>

rejoignait un autre label : le Wiz Khalifa's Taylor Gang, répondant alors : « due to any confusion or contrary belief, Lil Uzi Vert is only « Signed » to Generation Now, LLC ! »⁹⁸. On voit donc l'importance pour les labels de profiter de la visibilité de leurs artistes.

Qu'il appartienne à une major ou qu'il soit indépendant, le manager tient donc un rôle important dans la carrière de l'artiste. Comme le dit Lil Skies, dans « Nowadays »⁹⁹ : « I need a manager 'cause I can't really fuck with nobody ». Il permet à l'artiste de décrocher des collaborations, il peut tenir ses comptes sur les réseaux sociaux lorsque celui-ci se retrouve en prison comme Lil Pump – on voit par ailleurs le décalage de ton entre les publications des artistes, et celles des tiers, beaucoup plus impersonnels : au moment de son incarcération, le compte de Lil Pump est resté ouvert et alimenté de contenus promotionnels sur la sortie du clip « I Love It » avec Kanye West, posts que l'artiste a depuis supprimés.

C) Le rôle du glocal et l'ubiquité de la trap

1. Le rôle de l'humain : communautés et réseaux

a. Entre collaboration : le rôle du réseau

Que ce soit chez les communautés de publics ou chez les artistes et managers, un système de cooptation semble opérer dans les relations. On l'a vu pour Lil Uzi Vert et DJ DRAMA, mais il en est de même pour beaucoup d'autres artistes : Ski Mask The Slump God et XXXTentacion, SmokePurpp et Lil Pump... Comme tout processus de communication, le relationnel et l'entourage jouent un rôle primordial dans le processus de diffusion de la trap. Si c'est le cas comme nous l'avons vu en partie pour la réception, il semble en aller de même pour la production. On remarque alors le rôle primordial de l'interconnaissance¹⁰⁰.

On peut observer la présence et l'importance de la collaboration à travers :

- un système de validation entre pairs : si la trap fonctionne sur le même modèle de réseau que les autres genres du hip-hop, on observe la présence d'un système de validation (aussi bien au sein du public qu'entre les artistes). Comme l'explique Sean Myashiro, fondateur de 88rising, l'idée de faire une vidéo react avec Ghostface Killah, Designer, 21 Savage entre autres, a été

98 RAP-UP, « Lil Uzi Vert & Dj Drama Feud Over Label Deal », 01/13/2018

<https://www.rap-up.com/2018/01/13/lil-uzi-vert-dj-drama-feud-over-label-deal/>

99 LIL SKIES, « Nowadays », 2017

<https://www.youtube.com/watch?v=DIFmfxACvig>

100Tel que présenté dans la méthodologie de l'enquête de terrain par Judith Dehail (source : Beaud S., Weber F., *Guide de l'enquête de terrain*, Paris, La Découverte, 2010)

pensée pour gagner en légitimité : la reconnaissance des pairs permet à l'artiste d'être ensuite davantage considéré par les communautés de fans. Les nouveaux artistes intègrent les réseaux déjà constitués ou sont parfois même le produit de ces réseaux¹⁰¹.

- la collaboration sur les productions : le featuring est un élément clé de la production trap et participe de sa popularité auprès des publics qui rêvent de voir certains artistes collaborer et l'expriment sur les réseaux sociaux. En plus de leurs proches, ces derniers sont également influencés par les systèmes de propositions personnalisées sur les plateformes d'écoute comme Youtube ou Spotify. Les collaborations permettent donc aux artistes, sur ces plateformes ou en concert de partager la visibilité d'un artiste plus populaire et d'intégrer des réseaux déjà constitués. Si on étudie quelques exemples, on voit que le groupe Migos a collaboré avec au moins 17¹⁰² artistes du corpus, le label asiatique 88rising avec Keith Ape, Rich Brian et Higher Brother, avec 10 artistes¹⁰³, le A\$AP Mob avec 14 artistes¹⁰⁴... On voit donc que le milieu est marqué par certaines identités fortes, qui représentent la communauté d'artistes et avec qui il est bon de travailler.

Ces collaborations peuvent parfois aboutir à de mauvaises retombées, comme ce qu'il s'est passé pour Nicki Minaj et 6ix9ine. Le choix du rappeur, accusé de diverses lourdes charges a été vu comme l'expression d'une indifférence envers les violences sociales, conjugales que peuvent subir les opprimé(e)s et a valu de nombreuses critiques à l'artiste. On trouve même des cas de réalisations post-mortem, comme la collaboration de Lil Peep et XXXTentacion publiée le 19 septembre 2018, qui a soulevé diverses réactions chez les fans¹⁰⁵, et qui par ailleurs, compte tenu des productions des artistes concernés, est très loin de leur identité – on ne retrouve dans Falling Down aucune caractéristique de la trap.

b. Et distinction : popularisation et fidélisation

À l'inverse, les artistes ont aussi besoin de se distinguer de leurs pairs, que ce soit par leur personnalité, leurs productions, que par leur présence médiatique. Ils cherchent à être le/la

101Annexe no 9 – Entretien no3 – STVPID, H. 24ans, producteur et membre d'un collectif, 05/05/2018 et Annexe no 8 – Entretien no2 – August 08, F. 21ans et M. 20 ans

102Rich the Kid, A\$AP Ferg, Gucci Mane, French Montana, Drake, Lil Yachty, Lil Uzi Vert, 2 Chainz, Nicki Minaj, 6ix9ine, 21 Savage, Famous Dex, Cardi B, Chance the Rapper, Rae Sremmurd, Travis Scott, et en France Gradur

103 Ski Mask the Slump God, XXXTentacion, Rich the Kid, 21 Savage, Famous Dex, Ghostface Killah, Offset, Young Thug, Trippie Redd, Playboi Carti, 10 artistes au total, et a été produit par Murda Beatz, ou encore RONNY J

104Playboi Carti, Lil Uzi Vert, Migos, Juicy J, Drake, 2Chainz, T.I., Kodak Black, Future, Waka Flocka Flame, Lil Yachty, Famous Dex, Rich The Kid, MadeinTYO

105UPROXX, « Lil Peep and XXXTentacion Posthumous Macadre Collab, 'Falling Down' », WILLIAMS, A. 09/19/18 <https://uproxx.com/hiphop/lil-peep-xxxtencion-falling-down-posthumous/>

premier(e), à être le/la meilleure : « Lil Pump, trapper of the century »¹⁰⁶ clame le rappeur dans ses paroles. Comme l'a souligné Cardi B lors d'interviews, une partie de la trap est liée à l'*entertainment* et en cela, il s'agit de prouver son originalité dans un environnement a priori homogène.

Le beef est alors une expression commune de ce phénomène. Il se présente comme une narration à plusieurs épisodes, dont on attend la suite avec impatience. Il y a à la fois création de rareté et de divertissement. Il est d'une importance telle qu'il peut donner lieu à la production d'objets marchands comme les sacs de Nicki Minaj. On le voit dans les médias avec tout un registre d'articles autour de beefs comme celui de Drake et Pusha-T, Kaaris et Booba en France, Nicki Minaj et Cardi B... Il mène parfois à des révélations, parfois à des peines de prison, où à un important storytelling : sur Youtube, la vidéo de la bagarre du 7 septembre 2018 à la Fashion Week, Harper's Bazaar entre Cardi B et Nicki Minaj comptabilise sur TMZ plus de 7 millions de vues et de nombreux titres people en ont fait un sujet d'article – Vanity Fair¹⁰⁷, Slate.com¹⁰⁸, TMZ¹⁰⁹ - mais aussi de chaînes télévisées comme CNN¹¹⁰. En octobre, Minaj saisit l'occasion pour lancer une collection autour d'une expression employée par Cardi B « Stop my bag »¹¹¹ sur son site www.nickiminajqueen.com. Malgré les conséquences parfois dures qu'il implique (prison pour Booba et Kaaris, violences pour Cardi B et Nicki Minaj), il permet d'attirer l'attention de d'engendrer de la création de contenus.

Ils peuvent également se distinguer par les messages politiques qu'ils souhaitent faire passer : on peut penser à l'engagement féministe de Nicki Minaj – ce qui explique les réactions face à sa collaboration avec 6ix9ine – à Ski Mask The Slump God et le titre « Coolest Monkey in the Jungle »¹¹². Souvent, les artistes cherchent aussi à être des précurseurs et tentent de s'imposer comme les initiateurs de tendances, vocable ou gestuelles. Ski Mask par exemple, accuse Drake de le copier en portant un durag, O.G. Maco accuse Keith Ape d'avoir plagié « U Guesseed It »¹¹³, mais on trouve aussi des cas de plus grande ampleur comme celui de Bhad Bhabie: âgée de 15 ans, Danielle Bregoli est

106Lil Pump x Smokepurpp, « Broke my Wrist », 2016

107VANITYFAIR, « Cardi B Threw a Shoe at Nicki Minaj at the Plaza », BRYANT, K. 08/09/2018
<https://www.vanityfair.com/style/2018/09/cardi-b-nicki-minaj-fashion-week-fight>

108SLATE, « The Depressing Saga of Why Cardi B Is Throwing Shoes at Nicki Minaj », TORREALBA, I. 11/09/2018
<https://slate.com/culture/2018/09/nicki-minaj-cardi-b-feud-history-puppet.html>

109TMZ, « Cardi B Throws a Shoe at LHH NY Cast Member A Year Before Nicki Minaj Attack », 09/09/2018
<http://www.t TMZ.com/2018/09/09/cardi-b-nicki-minaj-lhhny-shoe-throw/>

110CNN, « Cardi B on what sparked that Nicki Minaj fight », RESPERS, L. 10/10/2018
<https://edition.cnn.com/2018/10/10/entertainment/cardi-b-interview-minaj/index.html>

111<https://nickiminajqueen.com/>, consulté le 08/10/2018

112SKI MASK, « Coolest Monkey in the Jungle, 2018
<https://www.youtube.com/watch?v=9D56IFu7SEc>

113VICE, NOISEY, « 'It G Ma' Made Asian Rap History (In Addition to Sounding Like OG Maco's 'U Guesseed It') », THOMAS, D. 02/02/2015 https://noisey.vice.com/en_us/article/r3znav/keith-ape-jayallday-loota-okasian-and-kohh-it-g-ma-korean-u-guesseed-it

connue depuis 2017 sous le nom de Bhad Bhabie et a déjà collaboré avec Lil Yachty, MadeinTYO, Asian Doll et Rich The Kid. Pour autant, elle doit en grande partie sa popularité grâce à la phrase « cash me outside, how 'bout dah ? », qu'elle prononce dans un épisode de Dr. Phil, une télé-réalité avec des enfants considérés « à problèmes » en 2016 donc les extraits ont été vus des milliers de fois sur Youtube et ont donné lieu à de nombreux memes sur les réseaux sociaux. On peut également mentionner le cas intéressant de Rich Brian, un artiste indonésien, qui s'est fait connaître grâce à la vidéo « Dat \$tick », qui comptabilise aujourd'hui près de 105 millions de vues. S'il continue aujourd'hui à produire avec le label 88rising, sa communauté régulière de fans n'atteint pas encore une telle popularité.

Il est donc parfois dur de se faire entendre au milieu du bruit médiatique important qui envahit les réseaux et les médias. Parfois, la « guerre » pour la visibilité se transforme en beef médiatique : durant l'été 2018, Travis Scott lance durant une semaine son merch autour de l'album AstroWorld. Au même moment, Nicki Minaj sort « Queen », après deux ans d'absences en projet solo sur la scène musicale. Elle reste en deuxième place des charts, derrière AstroWorld, dont la vente de CD est accusée d'être augmentée honteusement par un stratagème de packaging dans les ventes de merch, les articles étant vendus d'office avec un album. L'artiste accuse également Travis Scott d'user de l'influence de sa compagne, Kylie Jenner, dont le compte Instagram est suivi par des millions d'abonnés. Pour autant, comme on pourrait le trouver dans les paroles de chansons, il n'y a pas de règles à respecter dans l'industrie, le but premier étant de vendre et de rester en tête des charts : « strictly business, ain't no feeling in this industry » comme le rappe Famous Dex sur « Take Her ».

La porosité de la trap et la diversité des représentations qui lui sont rattachées provoque parfois des cas comme celui de Migos, remportant le prix pour le meilleur groupe pop/rock aux American Music Awards 2018¹¹⁴. Les artistes deviennent des personnalités qui s'expriment en dehors des frontières de la musique : A\$AP Mob avec la mode, Migos avec le cinéma, Nicki Minaj avec son émission Queen Radio...

2. La trap : un phénomène glocal dans une culture globalisée

a. Les influences du local sur la réappropriation de la trap en dehors des états-unis

L'intégralité des personnes ayant répondu au questionnaire quantitatif a dit avoir déjà entendu parler de trap. Cependant, six personnes, au moment de la définir en cinq mots, ont répondu ne pas

114 <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2018/10/why-migos-won-favorite-poprock-duo-or-group-amas/572602/>

savoir comment la caractériser. Aussi, dans la suite des questions, ils ont parfois fait mention d'artistes, de marques ou d'impressions souvent citées dans les entretiens des plus initiés. Ce constat nous amène à postuler que, perçues ou non, les références locales liées à Atlanta continuent d'influencer la production et de fait, la réception du genre à l'étranger.

Au-delà des territoires, les artistes, notamment grâce à l'utilisation des réseaux et aux tournées internationales, sont particulièrement proches de leur public. Cela participe à maintenir la tension entre le formel et l'informel : aussi bien la scène d'origine, que les nouveaux espaces qui s'ouvrent au genre : comme on le voit dans l'organisation de soirées de squats, le besoin de stabilité pousse parfois les organisateurs à préférer des cadres davantage institutionnels. On retrouve alors à la fois une relation avec les premiers réseaux et une volonté de rencontrer de nouveaux acteurs. Les acteurs de la scène ont autant besoin d'existence médiatique que de présence physique et de relation de proximité. Aussi, avec la globalisation, il est devenu plus aisé de sortir de ses frontières géographiques sans passer par les frontières physiques : les artistes profitent des réseaux sociaux et des dispositifs d'écoute en ligne pour se faire connaître à l'international et parfois ils trouvent des aubaines dans des pays d'accueils : c'est par exemple le cas avec les artistes asiatiques du collectif 88rising, basé aux États-Unis.

Pour autant, avec la sauvegarde de l'information et le besoin constant de renouvellement, aussi bien que les besoins éthiques de la société, les artistes doivent faire un effort constant pour se démarquer sur le plan international. Si certains jouent sur leur indépendance et leur force – allant jusqu'à la menace et à la force physique – ils sont peu à pouvoir échapper au repentir et à la confession. Pour garder leur empreinte dans la sphère musicale, ils sont alors voués à réévaluer leur posture : ainsi, Blue Davinci déclare : « *I'm rehabilitated, I'm home from prison (...) I got a new perspective (...) I'm older (...) I'm trying to work, the doors close at my face, because people don't know if imma walk in or break in with a gun* ». Si les problématiques éthiques qui constituent une large partie de la trap ont été ici en grande partie évacuées, force est de constater pour autant que certaines valeurs s'expriment à l'échelle internationale et qu'elle ne peut, sous prétexte de liberté et d'affirmation, dépasser n'importe quelles limites.

b. La trap comme expression d'une culture globalisée, digitale et capitaliste

Les images qu'invoquent la trap, décrites dans la première partie de ce travail, sont autant le résultat d'une mise en scène que le reflet de certaines réalités sociales, politiques et économiques dont la trap se fait médiatrice. Parmi les personnes interrogées, on trouve le témoignage d'une personne qui n'avait jamais écouté de trap et pour qui : « le message de la trap n'est pas musical » – n'y trouvant

aucune harmonie et une relative homogénéité musicale, y voyant de la violence et des références politiques avant tout, percevant les sonorités comme des agressions, de la dureté... Lors des nombreux échanges que j'ai pu avoir au sujet de la trap, on m'a une fois dit : « si un mot devait résumer la trap pour moi, ce serait l'insolence ». La trap apporte un sentiment de puissance : que ce soit quand elle est écoutée, lorsque son appréciation s'exprime à travers de vêtements, ou des attitudes, elle est parfois l'expression d'une appartenance à un groupe ou d'un sentiment d'originalité et de plénitude : non pas au sens de calme, mais de plein, de rage, de force.

En ce que que la trap exprime un fantasme de réussite, et que ses images sont culturellement liées au capitalisme, elle a un potentiel fort d'internationalisation dans les pays industrialisés. Dans les années 2010, la trap a quitté les frontières américaines pour s'importer en Europe et elle se développe en portant avec elles de nouveaux imaginaires et de nouveaux points de vue. Son caractère ubiquitaire vient en partie de : l'accessibilité de production qui l'entoure – notamment sur le plan musical, l'accès au numérique et la capacité d'auto-promotion, la diversité des thématiques et leur généralité quant à leur traitement. On peut alors observer un double mouvement dans la diffusion de la trap à l'étranger, aussi bien en France que dans le reste du monde. Ce processus mêle importation et appropriation :

1) l'importation : pour reprendre un des exemples de Global Noise, le hip-hop arrive au Japon dans les années 80 et en Corée du Sud dans les années 90¹¹⁵ alors qu'une des premières manifestations en France de la trap Coréenne a eu lieu en 2016 avec la publication du clip « It G Ma »¹¹⁶, rassemblant rappers coréens (Keith Ape) et japonais (Kohh). Le clip est vu plus de 30 791 377 millions de fois et sa popularité continue d'augmenter avec un total de 47 822 616 vue le 21/11/2017. Il est considéré par beaucoup de médias et de youtubeurs comme l'un des seuls, en tout cas l'un des artistes les plus influents, de la scène trap coréenne.

2) l'appropriation : en France, si le terme n'est pas encore systématiquement utilisé pour décrire les artistes dont les œuvres s'apparentent sur le plan musical pourtant bien à de la trap, ces derniers existent : les artistes sont influencés par les sonorités venues d'Outre-Atlantique, mais adaptent le contenu de leurs paroles aux problématiques locales et développent leur propre système linguistique : le ya vient remplacer le yeah anglais, et on parle des banlieues parisiennes, de la beuh et du métro.

La trap est alors un genre qui semble souvent se constituer « en opposition à » quelque chose : ce dont témoigne les beefs, les « vidéos réac », la mythologie de « l'underground », n'est-ce pas l'expression d'une volonté d'aller contre l'idéologie dominante ? On semble ici être dans un système d'opposition : le riche-le pauvre, l'ascension-la dépression... Or, ces dichotomies sont suffisamment

115CONDRIY, I. « A History of Japanese Hip-Hop » & MORELLI, S. « Who Is a Dancing Hero ? » in. MITCHELL, T. (ed.) *Global Noise. Rap and Hip-Hop outside the USA*, Middletown : CT – Wesleyan University Press, 2001.

116KEITH APE, KOHH, JAYALLDAY, LOOTA, OKASIAN, « It G Ma », Hi Lite Records, 01/01/2015
<https://www.youtube.com/watch?v=DPC9erC5WqU>

générales pour s'exprimer à l'échelle globale. Pour autant, on observe encore certaines tensions dans les jeux d'influence entre scènes et artistes : OG Maco, artiste américain, a par exemple mal perçu les similarités entre son clip « U Gussed It » et le titre de Keith Ape « It G Ma »¹¹⁷ : « *you can't even understand it ! You don't even know what the heck they saying... it's f**king blackface. All they had to do was put some dark makeup on they face and people would have realized how racist it was* »¹¹⁸. Certains crient à l'appropriation culturelle et la question de la légitimité refait souvent surface dans les débats. Pourtant, il semble exister à travers la trap des tensions qui ne sont pas seulement propres aux communautés d'origines, mais qui s'expriment aussi à travers la réception du genre par des classes plus aisées ou socialement et ethniquement différentes.

La trap se présente ainsi comme un style qui s'adapte aux différentes cultures dans son message essentiel. Le genre musical dialogue avec les cultures et se les approprie, mais on y retrouve, dans ses différentes formes, des messages similaires. Malgré des débats éthiques liés à la violence du son et des paroles, ou à la place de la femme, des armes et de la drogue dans ses imaginaires, la trap semble se présenter comme une musique pour tous dont la réception doit parfois combattre les critiques de légitimité. Elle serait alors en tant que genre musical une forme d'expression du contexte économique et social mondial actuel qui s'exprime en termes d'individualisme (la construction de l'identité, la personnalité), d'idéalisme (idéal, but, sens d'une vie) et qui reflète les origines parfois oubliées du genre : la précarité des suburbs américains.

CONCLUSION

Si le mot désigne aujourd'hui la musique d'artistes à l'échelle internationale, la trap désigne à l'origine une scène locale. Nous avons postulé en introduction de ce mémoire que l'originalité de la trap semblait avoir moins d'impact dans la réception du genre que son originalité (manière dont elle se développe et s'exprime en termes culturels, esthétique). Pour autant, force est de constater que parmi tous les dérivés de ce qui est considéré comme trap et les imaginaires auxquels elle est associée aujourd'hui, on retrouve encore l'influence de la scène d'Atlanta. En effet, cette dernière semble, de

117Annexe no 15 – Captures d'écran du clip d'OG Maco, *U Gussed It* (1ère ligne) et du clip de Keith Ape, *It G Ma* (2ème ligne)

118GOODMOMUSIC, « Og Maco Has New Harsh Words for Keith Ape 'It G Ma' », JAY ; 15/03/2015
www.goodmomusic.net/og-maco-has-new-harsh-words-for-kieth-ape-and-it-g-ma

manière plus ou moins implicite, véhiculer une mythologie nourrie des usages et représentations locaux. Pour autant, dans le processus de globalisation, elle s'accompagne de nouvelles représentations propres aux territoires d'accueil. Les origines historiques du genre ne sont pas toujours connues par les publics et nourrissent pourtant les images et les œuvres que le public consomme à travers les clips. Il y aurait donc un mouvement d'occultation dans la réception de la trap à l'étranger, ce qui favoriserait la réception du genre non seulement comme un style musical, mais comme des habitudes culturelles. En cela, la trap se construit en mythe en ce qu'elle rend invisible les logiques sociales qui lui sont propres. En effet, quand on parle de trap on ne pense pas toujours aux trap houses et aux réalités sociales qui se cachent derrière la drogue, mais avant tout à des sonorités et des images, des modes. Il y a alors une forme d'écran qui vient s'immiscer dans la réception. On retrouve alors une fragmentation de l'information et une multiplication des sources et des références. Les réponses du questionnaire quantitatif témoignent du fait que les expressions esthétiques et culturelles de la trap jouent un rôle aussi important que ses expressions musicales. Cette multiplication se retrouve aussi au niveau des productions. En cela, la trap devient très ubiquitaire, et s'exprime en dehors du champ musical. Aussi, les recherches ont permis de reformuler les hypothèses tel que suit :

Sur l'hypothèse no1 : en France, la trap est un terme qui sert à désigner un genre musical, mais qui tend aussi à définir une culture qui mêle culture d'origine et culture locale – ici Paris – et est liée à des usages digitaux, communs à différents publics sur le plan international

Sur l'hypothèse no2 : Si on retrouve une grande communauté d'artistes et des caractéristiques identifiables, la trap est un genre ubiquitaire qui convoque les imaginaires de chacun de manière différente

Sur l'hypothèse no3 : si Atlanta influence encore la trap et sa réception, la culture trap repose avant tout sur un contexte qui dépasse le local et qui touche à la globalisation : en cela il est lié à la culture digitale, aux soirées, à la drogue, au fantasme de l'underground...

Sur l'hypothèse no4 : les médias, mais aussi les marques, façonnent autant la réception de la trap comme culture, qu'ils sont des acteurs de son développement à l'international : en effet, ils participent de la popularisation du genre en utilisant les artistes comme des influenceurs et des relais de leur image de marque et en même temps, certaines marques, initiées ou non par des artistes, deviennent des acteurs de cette même culture : ils investissent dans les artistes, les concerts, ils deviennent des partenaires de création : on retrouve alors les exemples de 88rising, Awge, les collaborations de A\$AP Rocky, Lil Yachty... La trap est donc un genre qui repose en grande partie sur la globalisation et la digitalisation de la culture.

Au même titre que l'art, la trap décrit aussi bien une subjectivité qu'elle reflète les contextes (esthétiques, matériels, idéologiques...) dans lesquels elle est créée et reçue. En ce qu'elle convoque un certain savoir lexical, des références culturelles contextuelles, des imaginaires fantasmatiques, certains modes de consommation et qu'elle rassemble certains publics en communauté, la trap peut être identifiée comme une culture – tel que nous avons tenté de le montrer à travers la lecture de son rapport aux médias, en particulier au digital. Pour autant, si elle se réfère dans ses caractéristiques à une culture locale (celle d'Atlanta, dont seuls les plus initiés identifient les imaginaires particuliers), elle contient aussi une dimension globale dans son rapport au contexte socio-économique et politique actuel. En cela et comme le soutient Jernej Kaluza¹¹⁹, elle porte en elle une dimension globale, ce qui semble participer de sa popularité sur le plan international.

La trap peut être à certains titres perçue comme un pied de nez au système capitaliste et ce qu'il engendre en terme d'inégalités et de violences, autant qu'elle est l'une des démonstrations les plus frappantes de ce système. En cela, elle semble se présenter comme un genre ubiquitaire, ce qui facilite sa réappropriation en dehors des États-unis. Pour aller contre Adorno et Horkheimer qui disaient que « *pour le moment, la technologie n'a abouti qu'à la standardisation et à la production en série, sacrifiant tout ce qui faisait la différence entre la logique de l'œuvre et celle du système social* », je soutiendrai que si la technologie permet la standardisation, ce n'est pas tant par défaut que par l'expression d'un regard sur la vie actuelle : sous divers aspects, la trap en tant que mythe, témoigne de certains fantasmes actuels – la réussite, l'opulence – mais aussi de certaines peurs – violences, inégalités, injustices, échec. Cette tension se traduit autant dans la codification du genre. En termes musical, cela se traduit par des œuvres de différents artistes qui sont construites sur la même base et sur le plan de la mode, par la standardisation – pour ne donner qu'un exemple – d'une esthétique « street ».

Ainsi, contre la critique de la trap comme genre pauvre, le style aussi bien que les formes culturelles qui lui sont associées, doivent en effet être ramenées aux contextes de production, technologiques, sociaux et esthétique dans lesquels ils évoluent. Dans cette perspective, la trap peut être analysé comme l'expression d'un point de vue sur les problématiques actuelles de notre génération : la tension entre l'identité, la distinction et la collaboration... Elle se présente comme une culture modulable. Divers signes qui sont réappropriés par les artistes à l'étranger (valeurs autour sur la réussite sociale, valeur symbolique des objets...) mais on voit aussi que chaque culture apporte ses propres systèmes de valeur dans l'équation : la réception témoigne alors des habitudes de vie propres

119 KALUZA, J. « Reality of Trap : Trap Music and its Emancipatory Potential », *The IAFOR journal of Media, Communication & Film*, vol.5 Issue 1, 2018, p. 23-42.

à un pays : par exemple, autour de Paris, si on retrouve des squats et des fours, ils ne peuvent pas entièrement être assimilés à des bandos. Autre exemple, le clip d' « It G Ma », produit par l'artiste coréen Keith Ape, dans lequel les dollars sont remplacés par des yens et des wons.

La culture trap, en ce qu'elle exprime de globalisé (capitalisme, globalisation culturelle, digital) a quelque chose d'universel qui lui permet de se développer sur des scènes locales internationales : au Japon (Shibuya), en Corée du Sud (Seoul), au Portugal (Lisbonne) ou encore en France (Paris). Elle tend à désigner un état d'esprit général plutôt qu'une communauté d'artistes particulières. D'ailleurs, ce postulat tend à être surveillé, dans la mesure où étant encore un genre en construction, l'usage du mot ne s'est pas encore généralisé. Pour autant, si l'évaluation de l'étendue de la popularité du genre reste difficilement quantifiable compte tenu du manque de données disponibles au public, son utilisation s'intensifie et mérite qu'on y prête attention.

L'enjeu de ce travail était de comprendre comme une culture pouvait être identifiée, éprouvée et analysée et par quels biais celle-ci se construisait ou se diffusait auprès des publics. Comprendre, dans le cas de la trap, d'abord définie comme genre musical, dans quelle mesure elle tendait aussi à définir certaines communautés culturelles – que ce soit dans leur mode de vie ou leurs styles vestimentaires. Observer quels étaient les canaux privilégiés de communication des acteurs de cette scène, et quels étaient les lieux (physiques, numériques) qu'elle investissait et ce que cela disait en termes sociaux, économiques, politiques et culturels aujourd'hui. Ainsi, montrer comment les médias et les marques, non seulement canaux de communication privilégiés de la culture trap, étaient également créateurs de culture. Après avoir vu que l'apparition du mot trap dans les médias français avait participé de la création de la trap en tant que genre musical identifié, nous avons vu en termes de réception que la trap s'exprimait également en termes culturels. L'étude des canaux de communication privilégiés de la culture trap (numérique, marques, lieux, réseaux et communautés) nous a montré qu'ils étaient aussi bien dispositifs de diffusion que créateurs de culture : en effet, les médias, et les marques sont créateurs d'objets culturels, cette culture étant profondément liée à la production musicale.

Cette réflexion a débuté en septembre 2017 et depuis les premières questions, elle a évolué à travers différentes approches. Une quantité importante d'informations a été recueillie et l'un des enjeux majeurs de ce travail a été de proposer un angle d'approche, un point de vue sur un problème en sortant de l'exposition pure et simple d'informations. Plus que de la simple sélection, il s'agissait de hiérarchiser l'information en formulant des postulats à éprouver. Si la curiosité pour la trap asiatique a ouvert les réflexions sur le sujet, il semblait indispensable d'explorer les problématiques liées à la

scène musicale à ses origines pour comprendre comment elle pouvait s'exprimer ailleurs. Afin d'assurer la possibilité de mener une enquête de terrain, j'ai choisi de traiter de la réception de la trap U.S. en France. Au départ, la musique semblait être la seule chose perceptible associée au mot trap, et je découvrirai au fur et à mesure des analyses qu'elle s'étendait à beaucoup d'objets et d'acteurs. C'est pourquoi la question de la trap en dehors de la sphère musicale paraissait pertinente pour comprendre comment certains acteurs, en particuliers les médias et les marques, jouaient un rôle moteur dans sa popularisation hors des frontières américaines.

Il a été cependant difficile d'établir des typologies claires et exhaustives et la complexité du phénomène étudié a été l'une des limites principales du sujet. En effet, cette étude nécessitait de convoquer une variété de savoir importante et de mobiliser des références culturelles aussi pointues que variées. Aussi, en tant que genre nouveau et parfois encore considéré comme alternatif, il existe encore peu de littérature scientifique à son sujet. Les articles sur le rap et le hip-hop ont été fortement mobilisés pour palier au manque d'études disponibles. L'analyse des titres de presse, compte tenu des enjeux d'analyses médiatiques soulevés par le sujet, était elle aussi d'une grande importance. Pour étudier la réception, les enquêtes qualitatives aussi bien que quantitatives ont été précieuses et ont permis de dégager certaines récurrences et originalités dans les représentations associées à la trap. Aussi, l'originalité du sujet était de parvenir à garder conscience de la posture de « chercheur-fan »¹²⁰, et de la dépasser pour parvenir à produire du savoir autour de l'étude de cette scène. En tant que construction, elle demeure en partie propre aux représentations de chacun, et les influences qu'elles a dans le monde de la mode ou dans les médias font partie d'un ensemble d'acteurs et d'influences qui dépassent les cadres étudiés ici.

Les échanges effectués au cours de ce travail de recherche ont montré que les représentations tenaient un rôle très important dans la communication – ici celle des artistes, des labels et des représentants de la scène – et qu'en cela, il était difficile de postuler à l'unicité de la trap en tant que genre. En effet, ses expressions sont multiples et sa culture plurielle : elle s'exprime différemment chez un homme de 30 ans des suburbs d'Atlanta et chez une adolescente de 16 ans à Paris. Pour autant, la culture qu'elle véhicule la rend attractive auprès d'une grande diversité de publics et c'est cette popularité qui me semblait être digne d'analyse. Analyser non seulement les particularités que les généralités du genre et proposer une analyse polysémique ; pour analyser ce phénomène complexe, et compte tenu du parcours suivi, il semblait pertinent de mobiliser des références aussi bien du domaine de la linguistique, que du marketing, de la sémiologie ou encore de la sociologie. Malgré son apparente généralité, ce mémoire se propose donc comme étude préliminaire d'un sujet encore peu traité, à

120 FONAROW, W. « Portrait du chercheur en fan », in Rue Descartes, *Philosophies des musiques électriques*, Paris : P.U.F, no60, p. 122-126

travers l'étude particulière du rôle des médias, du digital et des marques dans le processus de réception de la trap et de sa production.

Si en France l'usage du mot ne s'est pas encore généralisé pour parler d'artistes français¹²¹, il existe dans les influences de certains d'entre eux des signes esthétiques identifiables au genre. Aussi, pour poursuivre la réflexion ici proposée, il serait intéressant d'étudier, non pas comment la réception de la trap U.S. s'exprime chez les publics français, mais comment elle s'exprime à travers les productions culturelles des artistes locaux. Existe-t-il de la même manière que pour la trap U.S. une primauté des médias et des marques dans la production de la trap française ? La trap française est-elle liée à des lieux particuliers qui pourraient être comparés aux bandos ? Comment est-elle produite et comment est-elle consommée ? En effet, entre culture et consommation, la trap entretient des relations complexes avec son environnement et elle est un phénomène qui semble être loin de s'essouffler. Pour autant, comme chaque territoire, la France, et en particulier Paris, est formé de cadres qui peuvent le distancier autant que le rapprocher de la culture trap telle que définie à l'origine. Elle évolue alors et perd de son histoire. Comme le disait l'un des interrogés : *« a 13 ans (...) bah elles écoutent que du hip-hop et elles sont toutes en FILA, tu vois genre, c'est que ça. Avec des AirMaxs 95,97, du FILA... Parfois je rigole parce que tu te dis à l'époque, FILA, c'était le truc des raves 90, c'était déguelasse, t'étais un cassos. Champion, t'étais le pire des boloss, c'est genre en termes de zappes, il y a eu un vrai retournement de situation. Et c'est marrant parce que quand j'en parle à ma sœur, moi je l'ai un peu connu, je le vois vaguement, mon père il le sait très bien, moi je vois à peu près, voilà... et du coup ma sœur en a aucune idée. Pour elle, FILA ça a été créé il y a deux ans, c'est la meilleure marque du monde, Supreme même niveau. C'est formidable, ils ont aucun historique. »* La temporalité change, l'accès à la musique et les modes de consommation également.

La trap, en tant que genre nouveau, s'inscrit dans ce réseau ubiquitaire, digital et global. Accessible, puissante, populaire, et représentant dans une certaine mesure l'instabilité de notre contexte économique et social, la trap semble connaître une mutation constante au fur et à mesure qu'elle se diffuse auprès des différentes communautés de publics. Avec l'omniprésence du digital et la fragmentation de l'information, les marques et les médias profitent de nouvelles opportunités en termes d'images et de création de marque et voient s'ouvrir de nouveaux terrains associés avec le monde de la musique. Si la trap n'est qu'une des expressions de ce phénomène plus global, elle a cela d'original qu'elle exprime aussi des problématiques culturelles interraciales et intergénérationnelles qui sont aussi pesantes que les sonorités de ses kicks et hit-hat. Pour reprendre les propos d'une personne interrogée, peut-être que le but de la trap « n'est pas musical », en tout cas pas seulement.

121 On retrouve quelques articles (cf articles sur BOOBA)

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Management et culture

Option : Magistère, management et culture

La réception de la trap en France

Du genre musical à la culture trap

ANNEXES

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

Tuteur universitaire : Judith Dehail

Nom, prénom : LAFFIAC Mélanie

Promotion : 2017-2018

Soutenu le : 16/11/2018

Mention du mémoire : Bien

Table des matières

BIBLIOGRAPHIE.....	3
I. OUVRAGES, REVUES, MANUELS ET ARTICLES SCIENTIFIQUES.....	3
A) M ÉDIAS ET COMMUNICATION.....	3
B) CULTURAL STUDIES ET ÉTUDES MARKETING	4
II. DOCUMENTATION.....	6
A) REVUE DE PRESSE.....	6
1. Articles généraux	6
2. Sur la mode et le luxe.....	7
3. Sur la drogue , le sexe et la violence.....	8
4. Sur 88rising et la trap asiatique.....	8
III. WEBOGRAPHIE	8
ANNEXES.....	9
I. TERRAIN DE RECHERCHE	9
Annexe no 1 – Observation no1 – Kohh (JP) Usky (FR) Nelick (FR), Trabendo, Paris, 22/09/2017.....	9
Annexe no 2 – Observation no2 – Soirée trap française 09/12/2017 Nouveau Casino, Paris, 23h30-5h.....	9
Annexe no 3 – Observation no3 – Rich Chigga, August 08, Donkrez, Barney Bones (US) Paris, La Bellevilloise 01/03/2018.....	10
Annexe no 4 – Observation no4 – Playboi Carti (US) 03/03/2018.....	11
Annexe no 5 – Observation no5 – Smooky MarGielaa (US) Lean Chihiro (FR) LALA &CE (XX) 26/05/2018.....	11
Annexe no 6 – Observation(s) no6 – Observations générales	11
II. RETRANSCRIPTIONS D'ENTRETIENS QUALITATIFS.....	12
A) GUIDE D'ENTRETIEN.....	12
B) RETRANSCRIPTIONS.....	15
Annexe no 7 – Entretien no1 – August 08, Barney Bones – concert de Rich Brian, August 08 et Donkrez à la Bellevilloise, 01/03/2018.	15
Annexe no 8 – Entretien no2 – August 08, F. 21ans et M. 20 ans – concert de Playboi Carti à l'Élysée-Montmartre, 03/03/2018.....	16
Annexe no 9 – Entretien no3 – STVPID, H. 24ans, producteur et membre d'un collectif, 05/05/2018.....	18
Annexe no 10 – Entretien no3 – Alexandre, 22ans – 21/04/2018.....	42
Annexe no 11 – Entretien no4 – Joséphine, 22ans – 18/05/2018.....	49
III. ENQUÊTE DE TERRAIN : ENTRETIEN QUANTITATIF.....	57

Annexe no 12 – Entretien quantitatif, ensemble des données recueillies sur GoogleForm	57
IV. CAPTURES D'ECRANS (AUDIOVISUEL, PHOTOS...)	67
Annexe no 13 – Capture d'écran des résultats de traduction Google pour le mot trap.	68
Annexe no 14 – Capture d'écran de posts Instagram de Cardi B et d'Asian Doll.....	71
Annexe no 15– Captures d'écran du clip d'OG Maco, U Guesseed It (1ère ligne) et du clip de Keith Ape, It G Ma (2ème ligne).....	71
Annexe no 16 – Capture d'écran de l'instagram de Lil Pump (illustrations de singles), de Migos et de Fat Nick	72
Annexe no 17 – Images extraites de la campagne VaporMax « Day to night » avec Travis Scott, 2017.....	72
Annexe no 18 – Costumes d'halloween de Cardi B novembre 2018.....	72
Annexe no 19 – Captures d'écran du site internet de Travis Scott, Shop – Astroworld (gauche) et d'une publication Instagram du label 88rising sur le merch de Joji, 2018.....	73
Annexe no 20 – Captures d'écrans de posts Instagram des bijoux d'Offset – Migos (gauche) et Lil Pump (droite),2018	73
Annexe no 21 – Captures d'écrans de posts Instagram de Famous Dex pour annoncer une sortie de titre, Ski Mask The Slump God pour faire gagner des cadeaux, et de Smokepurpp pour l'annonce de sa tournée, 2018	73
Annexe no 22 – Captures d'écrans des clips de A\$AP Mob, Yamborghini High, Playboi Carti, New Choppa, Ski Mask, Baby Wipe, 2018.....	73
Annexe no 23 – Captures d'écrans du clips de A\$AP Mob, A\$AP Forever, 2018.....	74
V. LES MARQUES DANS LES PAROLES D'OEUVRES.....	74
VI. PLAYLIST ET CORPUS ARTISTES	75
VII. RÉSUMÉ DU MÉMOIRE	77
VIII. MOTS-CLÉS.....	78

BIBLIOGRAPHIE

I. OUVRAGES, REVUES, MANUELS ET ARTICLES SCIENTIFIQUES

A) M ÉDIAS ET COMMUNICATION

ADORNO, T.W., HORKHEIMER, M. *Kulturindustrie*, Paris : Allia, 2012.

AÏM O., BILLIET S. *Communication*, Paris : Dunod, 2015.

BARTHES, R. *Mythologies*, Paris : Seuil, 2014.

BEAUD, S., WEBER, F. *Guide de l'enquête de terrain*, Paris : La Découverte, 2010.

CASTELLS, M. *La Galaxie Internet*, Paris : Fayard, 2001.

MAIGRET, E. *Sociologie de la communication et des médias*, Paris : Armand Colin, Coll. « U » (3e ed.), 2003.

RIFKIN, J. *L'âge de l'accès. La nouvelle culture du capitalisme*, Paris : La Découverte/Poche. Essais, 2005

B) CULTURAL STUDIES ET ÉTUDES MARKETING

ADAM, D., RICHEZ, J.C. « Entre innovation artistique et nouvelles formes de culture populaire. », *Agora débats/jeunesses*, Des pratiques artistiques des jeunes, no29, 2002, p. 10-14.

ALÉN GARABATO, C. « *Bling-bling*. Du hip-hop aux dictionnaires, en passant par les médias », *Mots. Les langages du politique*, 2013.

AUGE, M. *La guerre des rêves. Exercices d'ethno-fiction*, Paris : Seuil, 1997.

BENSIGNOR, F. « Musiques du monde ou 'World Music', la revanche des 'autres' », *Hommes et Migrations*, Immigration, la dette à l'envers, no1221, 1999, p. 56-68.

BESNARD, A. « Hip-hop et Djing : une pratique musicale technique dans l'arène sociale » *Volume !*, 2004.

BIGOTTI, J.N. *Je monte mon label. Guide pratique du producteur de phonogrammes*, Paris : IRMA (4e ed.), 2011.

BOIRON, P. « La gestion des droits musicaux dans le monde numérique », *Legicom*, no32, 2004, p. 31-40.

BOUCHER, M. « L'espace hip-hop dans une société de gestion du risque », *Hommes et Migrations*, Mélanges culturels, no1231, 2001, p. 47-53.

BOUCHER, M. *Émergence culturelles et jeunesse populaire. Turbulences ou médiations*, « Hip-hop, gestion des risques et régulation sociale », Paris : L'Harmattan, 2003, p. 273-280.

COSTANTINI, S. « De la scène musicale aux réseaux musicalisés. Les inscriptions territoriales et socio-

économiques de l'activité artistique », *Réseaux*, no192, 2015, p. 143-167.

DJIAN, I., NEGASSI, S. « Innovation de produits versus innovation de service dans l'industrie musicale. La création d'oeuvres face à l'innovation de services dans l'industrie musicale », *La Revue des Sciences de Gestion*, no233, 2008, p. 91-100.

DONNAT, O., TOLILA, P. (dir.) « Le(s) Public(s) de la culture : politiques publiques et équipements culturels », *Cultures & Musées*, 'Fiches, squats et autres lieux : les nouveaux territoires de l'art', no4, 2004, p. 125-128.

ECO, U. « La musique et la machine », *Communications*, Paris : Seuil, no91, 2012 p. 65-76.

FONAROW, W. « Portrait du chercheur en fan », in Rue Descartes, *Philosophies des musiques électriques*, Paris : P.U.F, no60, p. 122-126

FRITH, S. « La musique live, ça compte... », *Réseaux*, no141, 2007, p. 179-201.

GLEVAREC, H., PINET, M. « La 'tablature' des goûts musicaux : un modèle de structuration des préférences et des jugements », *Revue de sociologie française*, Technip & Ophrys, 2009, p. 599-640.

GUIBERT, G. *La production de la culture. Le cas des musiques amplifiées en France*, Paris : IRMA, 2006.

HAMMOU, K. « Rap et banlieue : crépuscule d'un mythe ? », *Informations sociales*, no190, 2015, p. 74-82.

HENNION, A. *La passion musicale. Une sociologie de la médiation*, Paris : Métailié, 1993.

HESMONDHALGH, D. « Musique, émotion et individualisation », *Réseaux*, no141, 2007, p. 203-230.

KALUZA, J. « Reality of Trap : Trap Music and its Emancipatory Potential », *The IAFOR journal of Media, Communication & Film*, vol.5 Issue 1, 2018, p. 23-42.

LAPASSAGE, G. « Qu'est-ce que le hip-hop ? », *Hommes et Migrations*, La ville en mouvement, no1174, 1991, p. 31-34.

MAISONNEUVE, S. « Techno-logies musicales », *Communication*, Paris : Seuil, n91, 2012, p. 77-92.

MARION, P. « Narratologie médiatique et médiagenie des récits » in *Recherches en communication*, no7, p. 61-87, 1997

MATTHEWS, J.T., PERTICOZ, L. (dir.) *L'industrie musicale à l'aube du XXIe siècle. Approches critiques*, Paris : L'Harmattan, coll. Questions contemporaines, série 'Les industries de la culture et de la communication', 2012.

MENGER, P.M. *Le travail créateur : s'accomplir dans l'incertain*, Paris : Gallimard Le Seuil, 2009.

MITCHELL, T. (ed.) *Global Noise. Rap and Hip-Hop outside the USA*, Middletown : CT – Wesleyan University Press, 2001.

OSBORNE, R. « De l'étiquette au label », *Réseaux*, no141, 2007, p. 67-96

PECQUEUX, A. « La violence du rap comme katharsis : vers une interprétation politique », *Volume !*, 2004

PERRENOUD, M. « Partitions ordinaires. Trois clivages habituels de la sociologie de l'art questionné par les pratiques musicales contemporaines », *Sociétés*, no85, 2004, p. 25-34.

SCHAEFFER, P. *Machines à communiquer*, vol.2, Paris : Seuil, 1972.

SECA, J.M. « Le fil de la devise : les trois dimensions de l'authenticité dans les musiques populaires

underground », *Sociétés*, no104, 2009, p. 13-26

TASSIN, D. « A 'Step Aside' : A Necessary Approach in the Development of Contemporary Popular Music », *Volume !*, 2005, p. 101-105

TEILLET, P. « Le 'secteur' des musiques actuelles. De l'innovation à la normalisation... et retour ? », *Réseaux*, no141, 2007, p. 269-296

TRAVERSO, E. « Adorno et les antinomies de l'industrie culturelle », *Communications*, Paris : Seuil, 2012, no91, p. 51-63

ZEMP, H. « Quelles images pour la musique ? », *Journal des anthropologues*, Anthropologie visuelle, 1992, no47, p. 101-117

II. DOCUMENTATION

A) REVUE DE PRESSE

1. Articles généraux

20MINUTES, « Le trap est-il le nouveau dubstep ? » BERRY, P. 20/03/2013.

<https://www.20minutes.fr/culture/1122389-20130320-20130320-musique-trap-est-il-nouveau-dubste>

SLATE, « Comment la trap a bouleversé l'univers du rap français ? », MICLET, B. 04/07/2015.

<http://www.slate.fr/story/102455/trap-bouleverse-univers-rap-francais>

NOVA, « La trap music : l'expression de la violence à Pointe-à-Pitre », PAILLARD, A. 18/05/2017.

<http://www.nova.fr/novamag/76467/la-trap-music-l-expression-de-la-violence-a-pointe-a-pitre>

EUROPE 1, « Le top 10 des chansons les plus écoutées sur Spotify » CHARRIER, M., PERRODEAU, G.

04/09/2017. *Quavo & Chance The Rapper dans le top 10 avec DJ Khaled dans le monde, et en France Niska*

<http://www.europe1.fr/culture/spotify-devoile-les-titres-les-plus-ecoutes-cet-ete-sur-sa-plateforme-3426581>

PAGE SIX, « T.I. Is curating a pop-up museum dedicated to trap music », HOOD, B. 21/09/2018.

<https://pagesix.com/2018/09/21/t-i-is-curating-a-pop-up-museum-dedicated-to-trap-music/>

BOOSKA P, « La trap est-elle en train de tuer le rap français ? », Yago, 23/01/2015.

<https://www.booska-p.com/new-la-trap-est-elle-en-train-de-tuer-le-rap-francais-chronique-n41517.html>

THE VERGE, « How the Roland TR-808 revolutionized music », HASNAIN, Z. 03/04/2017

<https://www.theverge.com/2017/4/3/15162488/roland-tr-808-music-drum-machine-revolutionized-music>

FRENCHPLUG, « Comment Lil Pump s'est débarrassé de son label ? », 13/01/2018

<https://www.frenchplug.com/focus/lil-pump-sest-debarrasse-de-label/>

RAP-UP, « Lil Uzi Vert & Dj Drama Feud Over Label Deal », 01/13/2018

<https://www.rap-up.com/2018/01/13/lil-uzi-vert-dj-drama-feud-over-label-deal/>

UPROXX, « Lil Peep and XXXTentacion Posthumous Macadre Collab, 'Falling Down' », WILLIAMS, A. 09/19/18

<https://uproxx.com/hiphop/lil-peep-xxxtencion-falling-down-posthumous/>

VICE, NOISEY, « 'It G Ma' Made Asian Rap History (In Addition to Sounding Like OG Maco's 'U Gussed It' »), THOMAS, D. 02/02/2015

https://noisey.vice.com/en_us/article/r3znav/keith-ape-jayallday-loota-okasian-and-kohh-it-g-ma-korean-u-gussed-it

2. Sur la mode et le luxe

LE MONDE, « Le hip-hop s'expose sous toutes ses coutures », BENOIT, M., PFEIFFER, A., 13/05/2015.

https://www.lemonde.fr/decodages/article/2015/05/13/la-mode-hip-hop-sous-toutes-les-coutures_4632998_4606750.html

L'ADN, « Rappeurs et marques, l'amour interdit », 19/09/2017

<https://www.ladn.eu/media-mutants/radio-et-son/rappeurs-et-marques-lamour-interdit/>

HYPEBEAST, « Met Gala 2018 – Les Looks de la soirée avec Rihanna, Kim Kardashian, Cardi B & Cie », MOSTEFA, H. 08/05/2018.

<https://hypebeast.com/fr/2018/5/rihanna-kim-kardashian-cardi-b-kylie-jenner-met-gala-look>

HYPEBEAST, « Comment l'industrie de la mode s'est-elle tournée vers les rappeurs ? À quand le tour des rappeurs francophones ? », DERRIEN, J. 21/05/2018.

<https://hypebeast.com/fr/2018/5/mode-rap-asap-rocky-dior-migos-versace-lil-pump-gucci>

FORBES, « Les marques de luxe préférées des internautes », HAMLADJI, S. 09/07/2018.

<https://www.forbes.fr/classements/exclusif-classement-les-marques-de-luxe-preferees-des-internautes/>

L'EXPRESS, « Le streetwear entre dans une nouvelle ère », DELMAS, G. 17/06/2017.

https://www.lexpress.fr/tendances/mode-homme/le-streetwear-entre-dans-une-nouvelle-ere_1918162.html

GRAZIA, « On s'habille comme... A\$AP Rocky », 24/04/2017

<https://www.grazia.fr/mode/on-s-habille-comme-a-ap-rocky-851647>

VOGUE, « Pourquoi A\$AP Rocky devient une icône de style ? », COMPAIN, H. 23/02/2017

<https://www.vogue.fr/vogue-hommes/mode/diaporama/le-style-daap-rocky-en-images/23691>

SANDRAROSE, « Rapper A\$AP Rocky Named Courvoisier Ambassador », 22/06/2017

<http://sandrrose.com/2017/06/rapper-aap-rocky-named-courvoisier-ambassador/>

VANITYFAIR, « Cardi B Threw a Shoe at Nicki Minaj at the Plaza », BRYANT, K. 08/09/2018

<https://www.vanityfair.com/style/2018/09/cardi-b-nicki-minaj-fashion-week-fight>

SLATE, « The Depressing Saga of Why Cardi B Is Throwing Shoes at Nicki Minaj », TORREALBA, I. 11/09/2018

<https://slate.com/culture/2018/09/nicki-minaj-cardi-b-feud-history-puppet.html>

TMZ, « Cardi B Throws a Shoe at LHH NY Cast Member A Year Before Nicki Minaj Attack », 09/09/2018

<http://www.t TMZ.com/2018/09/09/cardi-b-nicki-minaj-lhhny-shoe-throw>

CNN, « Cardi B on what sparked that Nicki Minaj fight », RESPERS, L. 10/10/2018

<https://edition.cnn.com/2018/10/10/entertainment/cardi-b-interview-minaj/index.html>

GOODMOMUSIC, « Og Maco Has New Harsh Words for Keith Ape 'It G Ma' », JAY ; 15/03/2015

www.goodmomusic.net/og-maco-has-new-harsh-words-for-kieth-ape-and-it-g-ma

3. Sur la drogue , le sexe et la violence

SLATE, « La jeune génération défoncée du rap US », VERNAY, E. 08/01/2012.

<http://www.slate.fr/story/48423/jeune-generation-drogues-rap-us>

COMPLEX, « Real Trap Sh*t ? The Commodification of Southern Rap's Drug-Fueled Subgenre », DRAKE, D. 09/10/2012.

<https://www.complex.com/music/2012/10/real-trap-sht-the-commodification-of-southern-raps-drug-fueled-subgenre>

PUREPEOPLE, « La bomba latina Vida Guerra cambre les reins pour vous souhaiter bonne nuit », 03/09/2009.

http://www.purepeople.com/article/la-bomba-latina-vida-guerra-cambre-les-reins-pour-vous-souhaiter-bonne-nuit_a36916/1

LES INROCKS, « Le rappeur XXXTentacion est mort, assassiné dans sa voiture en Floride », FALL, A. 18/06/2018.

<https://www.lesinrocks.com/2018/06/18/musique/le-rappeur-xxxtentacion-assassine-dans-sa-voiture-miami-111095596/>

4. Sur 88rising et la trap asiatique

VICE, NOISEY, « The Craziest Rap Show at SXSW Was a Korean Import », KRAMMER, K. 22/03/2015.

https://noisey.vice.com/en_us/article/rdzv9y/sxsw-2015-keith-ape-review-recap

COMPLEX, « Keith Ape is Ready to Be the World's Next Trap Star », KWAK, D. 29/07/2015.

<https://www.complex.com/music/2015/07/keith-ape-trap-star-interview>

PITCHFORK, « Inside 88rising, the Company behind Rich Chigga and His Asian Rap Comrades », CHOW, K. 08/06/2017.

<https://pitchfork.com/thepitch/1537-inside-88rising-the-company-behind-rich-chigga-and-his-asian-rap-comrades/>

CNN, « Straight outta... China ? The young Asian artists bucking hip-hop trends », LIU, M. 03/09/2017.

<https://edition.cnn.com/2017/08/02/asia/88-rising-asian-rap/index.html>

TÉLÉRAMA SORTIR, *Migos, le phénomène rap d'Atlanta*, « La trap invitée à We Love Green », no3567, p.8-9, RIGOULET L. 23/05/2018.

III. WEBOGRAPHIE

NOISEY, « Atlanta », 10 épisodes, MORTON, T. 2015

https://video.vice.com/en_us/show/noisey-atlanta

BLOOMBERG, « At 88rising, East Meets West, One Viral Hit at a Time », 06/12/2017.

<https://www.bloomberg.com/news/videos/2017-12-06/at-88rising-east-meets-west-one-hit-at-a-time-video>

HYCONIC MAG, « Qui a inventé la trap ? », CHRIS, 2018

<https://www.youtube.com/watch?v=ewC7Dq73ckQ>

QG, *Cardi B Goes Undercover on Reddit, Twitter and Youtube / Actually Me*, 09/04/2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=K0GRBMSICK4>

QG, *Quavo Goes Undercover on Twitter, Youtube and Reddit / Actually Me*, 09/10/2018

<https://www.youtube.com/watch?v=JcXRAt2rFjw>

THE DAILY SHOW, NORAH, T. x A\$AP ROCKY, 2018

<https://tstng.co/videos.html>

ANNEXES

I. TERRAIN DE RECHERCHE

Annexe no 1 – Observation no1 – Kohh (JP) Usky (FR) Nelick (FR), Trabendo, Paris, 22/09/2017

*Concert qui s'est déroulé entre et 19h30-22h45 *

Public qui appréciait la kpop, le rap, le rock... aussi bien femmes qu'hommes dans le public et les pogos. Kohh sur scène pendant 45 minutes après une première partie de plus d'une heure. Paroles assez crues. Pour Kohh, une partie du public qui chantait en japonais. Beaucoup de cris et d'applaudissement au début du concert, fin de chansons et fin du concert.

Annexe no 2 – Observation no2 – Soirée trap française 09/12/2017 Nouveau Casino, Paris, 23h30-5h

Entrée 10€. Avant d'entrée, organisatrice qui nous a demandé si on savait quel style passait. Public relativement masculin. Salle pas extrêmement bondée.

Annexe no 3 – Observation no3 – Rich Chigga, August 08, Donkrez, Barney Bones (US) Paris, La Bellevilloise 01/03/2018

19h45. Arrivée. Ouverture initiale des portes prévue à 19h. Entrée à 20h. Queue de plusieurs mètres dans la rue. Entrée via un patio avec des lumières (guirlandes colorées), sac non fouillés, billet scanné puis poignet tamponné. La soirée se déroule dans le « club » de la bellevilloise. Pour entrer, trois énormes double-portes battantes. Sur la droite en rentrant, toilette, en face au fond le bar et à gauche les vestiaires et la scène. La salle est assez grande. Plafond assez bas, impression d'être dans un sous-sol, assez sombre, avec des petits piliers et une fosse centrale. Scène de 5/6 mètres de long. Tout le monde se concentre dans la longueur en face de la scène. endroit dégagé sur la gauche à quelques mètres de la scène.

PUBLIC : Âge et sexe des personnes interrogées : 16F, 16H, 18F, 17H, 22F, 20F, 16F, 15F, 18H, 17H, 26F, 17H, 16H, 17F, 17F, 16F, 18H, 17H, 17H, 16H, 16F, 16F, 17F. Par-ci par-là, on croise des personnes plus âgées, en petit groupe ou seules (hommes ou femmes). Différentes origines au sein du public : française, américaine, coréenne (venue nous demander si nous faisons la queue pour le concert de Rich Brian). Origine : paris,

marseille, maïenne...

STYLE VESTIMENTAIRE : Le style vestimentaire également, avec certaines récurrence et pièces qui réapparaissent (hypothèse à éprouver) chez ce genre de publics : baskets (très majoritaire) dont fila, nike, BAPE (sacoche, sweat...) hoodies, camo, fourrure, casquette, bobs et/ou bonnets.

SYSTEME SON : Le système son est assez puissant : deux énormes enceintes apparentes en haut de la scène et le reste non identifié. Les lumières aussi : elles sont utilisées pour ponctuer la soirée, installer un « setting » pour chaque chanson, un *mood*...

GOÛTS : Plusieurs personnes interrogées nous on dit qu'ils écoutaient d'abord de la KPOP.

20h35. Début du concert. **AUGUST 08**

Artiste américain originaire de LA. Il rencontre Shawn puis Rich Brian, avec qui il lie une amitié de longue date (6ans). Il exécute 5 morceaux de son répertoire, aux côté de son beatmaker, dont « Funeral », la seule chanson disponible à l'heure actuelle sur youtube, et « Father Issues » aux tempos d'inspiration baile-funk, afro. Il finit par un « karaoke » qui n'embale pas extrêmement la salle (du moins pas autant qu'escompté) : « forever young ».

21h. Transition. Donkrez + **RICH BRIAN**

Passe « Bodak yellow » de Cardi B et Kendrick Lamar, entre autres. Arrive ensuite **RICH BRIAN**. Tracklist : **1. GOSPEL** **2. inconnu**, transition : we have some beautiful ladies in the front row (cris), mais interpelle les gens sur le fait qu'elles se font écraser et qu'il faut faire attention, 'I don't want anybody to die tonight during my concert' **3. BANKROLL**, transition : interpelle le public et demande à ceux qui sont indonésiens de lever la main (à vue d'oeil, plus d'une 30aine de mains qui se lèvent **4. COLD** (lumières bleues, blanches, jaunes), transition ; are you hot ? Need water ? I'm hot, gonna take off my sweater. Everybody who has a phone, you can do whatever you want with it, take videos, pictures anything, I just want everybody to put their flash on **5. GLOW LIKE THAT** **6. SEE ME** (quelques cris au moment du mot 'indonesian') **7. CHAOS** **8. WHO DAT BE** **9. DAT STICK** _ RAPPEL _ **10. DAT STICK**

Concert d'environ 36mn, déception présente sur les visages

C. 23 ans : « c'est sale. Tu fais pas ça à des jeunes en plus, les pauvres. Ça se trouve c'est leur premier concert, et ils auront jamais le droit de connaître un bon show de 3h ».

Termes entendus : « choqué(e) », « déjà ? », « pour le prix ça pique un peu », « c'était trop court », « c'est fini ? »

21h40. Retour **Donkrez** : Achoo, Lil Uzi Vert XO Tour, Drake God's plan, Lil Uzi Rockstar, Kendrick, Mask Car de Future, Juicy, 6ix9ine Gummo, Lil pump Boss, Plain Jane Asap Ferg, XXXTentacion.

Annexe no 4 – Observation no4 – Playboi Carti (US) 03/03/2018

Elysée Montmartre, Paris, 19h-22h

Entrée : 33€. Public : entre 15-30ans, environ 500 personnes, salle avec beaucoup de profondeur, très bondée.

Annexe no 5 – Observation no5 – Smooky MarGiela (US) Lean Chihiro (FR) LALA &CE (XX) 26/05/2018

La Place, centre culture hip-hop, Paris, 20h-23h

Entrée : 19€. Public : relativement jeune, surtout pour Smooky MarGiela, environ 200 personnes, relative proximité du public avec la scène.

Annexe no 6 – Observation(s) no6 – Observations générales

25/08/2018, Portugal, Estoril

à la plage, beau temps, pas mal de monde

14h10 : trap sur enceinte, portugaise 30'aine, 2 hommes, 1 enfant. On passé « Réseaux » de Niska.

16h55 : sur téléphone, haut-parleur, deux jeunes (15-20ans), deux frères qui se chamaillent et s'insultent

RÉULTATS GÉNÉRAUX D'OBSERVATION

- reprise des gestuelles/attitudes perçues des artistes : danse, pogos, slime langage, look vestimentaire...
- publics relativement jeune pour les concerts vus (15-25 ans), aux concerts souvent adeptes (ils chantent les paroles, semblent connaître les « codes » du genre...)
- omniprésence des marques de streetwear, que l'on retrouve portées par les artistes : adidas, nike, supreme, BAPE, balenciaga... ou pièces (bananes, masques anti-pollution, sneakers, casquettes et/ou bobs en fonction des concerts..)
- relative homogénéité des publics selon les concerts (playboi carti, plutôt autour de la 20aine, relativement masculin, style vestimentaire très streetwear/noir/camo), très jeune, coloré, jean / marques supreme, BAPE pour 88rising, mais quelques exceptions : KOHH (fans de trap, fans de kpop, curieux ex Joséphine...) qui peut faire penser à un phénomène d'identification assez important avec l'artiste

II. RETRANSCRIPTIONS D'ENTRETIENS QUALITATIFS

A) GUIDE D'ENTRETIEN

- Te présenter (ton prénom, âge, où tu vis, ce que tu fais, et ce que tu aimes faire)
- Comment définirais tu ton état d'esprit ?
- Est ce que tu aimes voyager ?
- Quels pays préfère tu ?
- Comment définis tu la culture européenne ?
- Française ?
- Etats unienne ?
- Asiatique ?
- Comment définirais tu ton style vestimentaire ?

Musique

- Quel est ton rapport à la musique ?
- Quelle est la place de la musique dans ta vie ?
- Quel styles de musique écoutes tu ? Le plus ?
- Que tu aimes le moins ? Pourquoi ?
- Un « style musical » ?
- Comment en général, aimes tu découvrir de la musique ?
- Qu'est ce qui t'influence ?
- Qu'est ce que tu pense des concerts ?
- Quel type aimes tu ?
- Quelle fréquence ?
- Quel est le dernier concert auquel tu es allé ?
 - > Quand ?
 - > Qu'est ce que tu en as pensé ?
 - > Pourquoi ?

Fil rouge : manière de consommer la musique

Moments et moyens

- Combien de temps passes tu a écouter de la musique par jour ?

- Quand écoutes tu de la musique ?
- Quel contexte ? Peux tu me donner un exemple ?
- Avec qui aime tu écouter de la musique ? (seule, pote) ? Mêmes goûts que toi ?
- Sur quels supports ?
- Combien d'argent investis tu par mois pour ta consommation de musique ?
- Quelles sont les musiques que tu achètes ?
- Quelles plateformes utilises tu pour écouter de la musique ?
- Que penses tu du système d'abonnement sur les pure players ? (spotify etc etc)
- du téléchargement (peer to peer) ?

Artistes et cultures

- À quel point te renseignes tu sur les artistes que tu écoutes ? Pourquoi et comment ?
- Quelles sont les informations qui t'intéressent sur un artiste / musique ?
- Quels médias suis-tu pour te renseigner sur la musique ?
- Quels sont les réseaux que tu privilégies pour suivre les artistes ?
- Quels labels connais-tu ? Suis-tu sur les réseaux ? Pourquoi ?
- Quels artistes de musique suis tu sur les réseaux ? Pourquoi ?
- Comment les as tu découvert (labels, artistes) ?
- De quels pays viennent les artistes que tu écoutes principalement

Hip hop & trap

- Pour toi, c'est quoi le hip hop ?
- Quels sont les sous genres ? Ou les autres genres ? (selon définition interviewé)
- Le rap ?
- La trap ?
- Qu'est ce que ça veut dire pour toi ?
- En dehors de la musique, autre chose dans le mouvement hip hop ?
- Quelles sont les choses que tu t'attends à retrouver dans une musique de :
 - > hip hop
 - > rap
 - > trap
- Quels sont pour toi les images (ou codes, symboles, fringues, objets, couleurs etc) que tu retrouves ds les clips de :

> hip hop

> rap

> trap

27. Quelle importance accordes tu aux paroles quand tu écoutes un son ? À la langue ?

La trap

- Qu'est ce que tu aimes dans ce genre de musique ? Qu'est ce qui te parle ?
- Depuis quand est ce que tu écoutes ce genre de musique ?
- Quels sont les images que tu associes à ce type de son ?
- Les instrus ?
- Les artistes ?
- A quelle fréquence en écoutes tu ? Pendant combien de temps ?
- Avec qui ?
- Qu'est ce qui t'intéresse dans ce type de musique ?
- Pour toi, comment c'est produit ?
- Qu'est ce que tu penses du style de ces artistes ? (physique, personnalité etc)
- Qui suis tu sur les réseaux sociaux ? Pourquoi eux ?
- Quels sont les noms des artistes de trap que tu écoutes (le plus possible) ? Tes préférés ? Pourquoi eux ?

B) RETRANSCRIPTIONS

Annexe no 7 – Entretien no1 – August 08, Barney Bones – concert de Rich Brian, August 08 et Donkrez à la Bellevilloise, 01/03/2018.

L'interview s'est déroulée en anglais. Entretien avec Colombe Courau.

Après la fin du concert, les fans se sont attroupés devant la sortie de la salle avec l'espoir d'apercevoir les artistes du concert, à savoir August 08 (première partie), Rich Brian (artiste principal) ou Barney Bones (DJ et chauffeur de salle). Tout ces artistes font partie du Label/média/collectif 88 Rising qui regroupe plusieurs artistes de hip-hop et de trap presque tous originaires d'Asie. Seuls August 08 et Barney Bones B sont sortis et ont interagi avec le public.

En fond on entend BB échanger avec une des spectatrices au sujet d'une after. Il lui suggère de l'ajouter sur Instagram [...] C'est d'abord CC qui s'approche de A08 pour lui dire qu'elle accompagne une jeune fille qui a choisi la trap comme sujet de mémoire.

A08 : Oh that's fire ! Is that her ? *montre Mélanie du doigt*

ML : Yeah that's me

A08 : That's fire. I appreciate that.

CC : Could we ask a couple questions ? I'm like her secretary or something...

A08 : Oh yeah ask, I'm down.

ML : It's just like I'm doing an essay on it and I would just like to ask you a few questions. Like how come you chose to join 88 Rising ?

A08 : It's been like six months. Me and [Rich] Brian were really close friends. I knew him from Youtube and met him a few years ago. Me and Brian are like the first people he's really kicked it with in America.

CC : How did you guys end up meeting ?

A08 : My manager, Sean, the guy who owns 88, before he was my manager, he invited me to work with Brian and Pharrell and I know Pharrell from some other shit.

CC : How was it decided that you'd join 88 ?

A08 : So I played Sean some music, well he asked me to play him some music and he was like "bro I wanna sign you" and I was like "cool let's make an album" and we did it. It was that simple cause I knew Sean from some other shit. I've been doing music for like six years, five years, have a few songs on Spotify, no Soundcloud though. I only have one song on my channel. It's Funeral.

A08 : Are you good ?

ML : Yeah

A08 : Fire !

ML : Thank you, thank you very much.

A08 : You know how it got started and stuff ?

ML : Uhm, not really

A08 : It got started because Sean left Vice, the channel, he ran the EDM website for Vice. He started as Cash Only, a company called Cash Only with him and his homies. Then once he left Vice he started 88 Rising. It's a fun fact.

CC : Where are you from in the US ?

A08 : From LA. Born and raised. Awesome.

Annexe no 8 – Entretien no2 – August 08, F. 21ans et M. 20 ans – concert de Playboi Carti à l'Élysée-Montmartre, 03/03/2018.

L'entretien s'est déroulé vers 23h30 après le concert.

Brouhaha. Le public est rapidement mis dehors par les vigiles. Je retrouve des gens que j'avais croisé à l'intérieur

Comment tu as découvert la trap ?

F : Ça fait depuis 2011, 2012, sur Spotify. J'écoutais déjà beaucoup de rap, Gucci Mane, A\$AP Rocky...

Il y avait quoi en 2011 ?

F : Chief Kief, Santana, Gucci Mane..

Et en concert ?

F : Gucci Mane, Travis Scott.. Après non trap Chris Brown. Mais bon... Rae Sremmurd aussi. C'était la première fois qu'il faisait leur son Fogasus en live, c'était archi cool.

Quel âge ?

F : 18, je vais avoir 19 ans.

Pour toi la trap c'est des publics qui ont quel âge ?

M : je pense qu'il y a pas vraiment d'âge. Mais après je pense qu'il y a pas beaucoup de gens au dessus de 25 ans qui en écoute.

F : Peut être pas pour tous les âges, clairement je pense au dessus de 35 non.

Dans votre entourage ?

M: Il y a pas beaucoup qui écoutent et qui aiment, mais ceux qui kiffent y sont de base. C'est des gens qui sortent beaucoup comme nous et qui écoutaient déjà du rap.

Ton préféré ?

F : Gucci Mane, mais genre les premières mixtapes. Là ses derniers albums j'ai moins aimé.

Tu écoutes sur quoi ?

F : J'écoute sur Apple Music, ou Soundcloud. Il y a même des morceaux en exclu sur Apple Music ou Spotify.

M : ouais moi aussi, plutôt Youtube, Spotify et Soundcloud. Ça dépend de ce que je veux.

Dernière découverte ?

F : Dernièrement j'ai découvert XXXTentacion sur Soundcloud, j'ai moins aimé son dernier album. Mais ses sons comme ils sont différents c'est qu'il y a différents messages. Ça aborde plus une certaine violence et une injustice. Ça se retrouve pas mal dans le son.

Il y a Ski Mask qui passe en concert la semaine prochaine...

F : Ouais ! J'ai vu qu'il passait, j'espère que je vais acheter ma place. Franchement niveau ambiance je pense que ça va être grave bien, surtout si on est tout devant. C'est toujours mieux. Mais même là, genre j'étais du côté droit, j'ai trouvé qu'il y avait un peu moins d'ambiance qu'au milieu. Au début j'suis rentrée dans les

pogos, mais c'était un peu violent. Mon pote lui a réussi à aller devant, quand il est venu devant nous et qu'il a soulevé son tee-shirt, j'avais trop le seum.

Et les autres concerts de trap ?

F : ça ressemblait à ça ! Au concert de Travis Scott, j'ai failli mourir. C'était au Zénith l'année dernière en Juin, genre juste après le bac. C'était le meilleur concert que j'ai jamais fait, genre l'ambiance était ouf. En plus ils avaient fait monter 4 personnes sur la scène, ils avaient fait un truc spécial, de base au Zénith c'est normal, il ont rajouté un truc qui sépare la scène et genre rentre dans la foule.

M : moi le dernier c'était celui de G-Eazy au Trianon. C'était mon meilleur concert, c'est mon rappeur préféré. Il repasse, j'ai déjà mes places, c'est au Zénith. Ses places ont augmenté de 10 balles par rapport à l'an passé, j'ai pas compris. Mais ouais il est devenu un peu célèbre avec ses musiques là. Donc voilà. Il a fait un très bon feat avec A\$AP et Cardi B, avec *No Limit*. Du coup j'ai trop hâte de le voir. Bah c'est elle en plus qui m'a ramené à ce concert.

F. Moi j'y vais pas, je vais voir Ski Mask. J'espère qu'il restera pas que 40mn.

Annexe no 9 – Entretien no3 – STVPID, H. 24ans, producteur et membre d'un collectif, 05/05/2018

M : Présentation générale et activités

H : Mon nom de scène c'est Stvpid, j'ai 24 ans. Je suis étudiant en école de communication. J'ai l'année dernière fait une césure. J'ai travaillé pendant 9 mois dans l'agence de branding Quatre, qui fait aussi bien stratégie de marque que design. Et après vacances. Et du coup, à côté là ça va faire maintenant 5 ans que je suis dans un collectif que j'ai contribué à fonder qui s'appelle **Good Dirty Sound** (GDS), c'est un **collectif** à la base de djs de **musique hip-hop** (HH) et **électronique**, et en fait peu à peu, on est devenus **organiseurs de soirée**, puis **gérants de squats** pendant 2 ans et demi. On a géré un squat qui était à **Asnières**, une ancienne imprimerie de 2000m², c'était cool, sur 3 étages. Donc on faisait des soirées là-bas, assez régulièrement, avec un concept assez simple : c'était un peu à la macdo venez comme vous êtes.

Quand on a commencé en tant que dj, on a vu deux choses, c'était qu'**en tant que public, on aimait pas forcément la scène**, les lieux principaux c'était le social club, ou wanderlust, et pour nous faire la queue 1h dehors dans le froid pour avoir le droit de se faire toiser par un vigile, pour avoir le droit de payer 20balles, pour avoir le droit de payer à l'intérieur ses consos 20 balles chacune, avec des gens qui passent leur soirée sur Instagram (IG) c'est pas trop ça qu'on appelait du HH. Et c'est con mais dans le HH il y a une grosse culture qui est de fumer des joints et, bah non c'est mal... Il y a juste **quelque chose qui fonctionnait pas avec la culture et ce qu'on nous offrait**, et on s'est rendu compte que la culture HH, pour nous, fonctionnait

pas à Paris, par rapport à ce qu'était Paris.

Du coup, mes potes venaient tous de **Sevrans** essentiellement, et ils eux avaient déjà commencé à faire des soirées chez eux, en fait le collectif existait déjà en microcosme chez eux, et quand on s'est rencontré à une soirée que nous on organisait dans une espèce de vieux rad pourri à colonel Fabien, les mecs sont arrivés, on s'est super bien entendu, et moi j'adorais le HH et je venais aussi d'une **culture plus rave 90, donc tout ce qui est warehouse, tout les premiers à avoir fait grosses des soirées illégales, des grosses teufs**, et moi j'avais vraiment cette culture là dans laquelle je baignais plus par rêve que par la pratique. Et quand on s'est rencontré et qu'on a vu qu'on avait un peu le même feeling, moi j'étais dans un autre collectif avec qui je trouvais que c'était trop Parisien en fait, trop individualiste, c'était un collectif d'individuels en fait, tout le monde voulait percer pour lui et il y avait pas vraiment de partage. Ça s'appelait Dogs Out, c'est un truc qui existe toujours, qui est mené par un mec qui s'appelle Chris Dogs Out, déjà bon bah... c'est assez clair sur le positionnement de la chose et bon bah.. on a tourné ensemble et c'était bien jusqu'à ce que ne le soit plus quoi et j'ai rencontré ces mecs là à l'époque et du coup j'ai un peu opéré le switch. Du coup j'ai quand même commencé à tourner avec ces gars là et là c'était la révélation. C'est-à-dire qu'entre la scène HH parisienne et cette culture là on s'est dit bah il y a un truc qui existe, c'est les **warehouse, l'underground**, qui existe que pour la techno, et il y a une musique qui existe et qui est le **HH et qui n'existait que dans des lieux qui nous branchaient pas** et on a fait une espèce de mashup des deux. On s'est dit bah ok, pourquoi pas faire nos propres soirées, et c'est aussi du à autre chose.

C'est que à cette époque là, commencer dans des vieux rad et tout on a un peu essayé, on voyait que ça marchait pas de fou, c'était les lieux idéaux, même si c'était bien pour commencer, pour faire des grosses soirées, on a découvert des nouveaux lieux comme le Workshop qui avait des salles un peu plus faites pour. Le workshop nous a vraiment aidé, nous a un peu lancés, nous a pluggé avec les mecs de TILER/TYLER, qui à l'époque commençait tout juste à percer donc on était vraiment dans une espèce de scène émergente. Mais on s'est vite rendu compte que c'était un peu compliqué avec les autres salles, ils voulaient pas trop de nous en fait. C'est-à-dire que **on était un peu les vilains petit canards**, c'est-à-dire que mes potes de Sevrans ils arrivaient et en fait bah ouais quoi, alors que pour moi ça fait partie à mort de la culture HH, bah les mecs qu'arrivent en jogging et qui viennent de Sevrans, bah à Paris t'en veux pas. Donc quand ils débarquent dans des salles ils sont **pas crédibles**, ou soit **on se dit que ça va créer des problèmes et on se dit que de toute façon leur public, ils auront pas d'argent**. Donc en fait on en veux pas. Donc on s'est dit bah fuck, on va faire nos soirées. Donc le mélange de ce qu'on voulait faire en termes artistiques, plus la réalité de.. en fait on pouvait pas vraiment compter sur ces boîtes, a fait qu'on a commencé à faire ces soirées là.

Donc on a fait la première, ensemble, dans un squat qui était à **Montreuil**, c'était assez génial, c'est mon pote qui l'avait trouvé, vers le métro Robespierre, 10mn à pieds et en fait.. truc énorme, 7 étages. Enfin on a pas utilisé les 7. Il était en travaux mais, en fait ça a jamais vraiment été un squat, nous on est arrivé et c'est ça ce qui était assez magique c'est que les mecs étaient en train de repeindre les étages au dessus, donc genre en blanc, ça devait être pour faire des bureaux je suppose, et donc il y avait l'électricité. Parce qu'il faut savoir que **dans l'underground l'électricité c'est la base**. C'est-à-dire, je regardais un documentaire tout à l'heure, les Arte Soundbreaking, et ils en parlent en fait de la musique « électrique » à la musique électronique et un mec qui explique : ouais, imaginez la musique actuelle si on débranche le courant ? Il se passe plus rien. Donc dans l'underground c'est sûr que c'est le principal. Du coup avoir un lieu avec de l'électricité c'est assez fantastique, sinon on est obligés d'avoir un **générateur** qui tourne à l'essence, ça coûte cher, faut les remplir toutes les heures, c'est pas très pratique. Puis les coupures de son toutes les heures.. donc on l'a déjà fait c'est pas top top. Voilà on a fait la première là et ça s'est super bien passé parce que nous, le concept c'était à l'inverse de tout ce qu'on avait vu, donc c'était entrée gratuite, tu rentres avec ta conso, ce que tu veux. C'est voilà un concept, DDA, qui était un concept **drinks & drugs allowed** et c'est un peu le **principe des States**, ce qu'on dit, Bring Your Own Booze, le BYOB. Et voilà, il y avait ce côté là voilà, venez comme vous êtes, avec qui vous voulez, avec ce que vous voulez, avec nous justement, voilà on fait des sons, on fait la teuf. Et puis après on a avancé, avancé, avancé, et il y a eu deux choses qui se sont passées en parallèle.

C'est que plus ça à commencé à fonctionner, plus on s'est rendu compte que les lieux.. que la scène parisienne oh bah d'un coup, là on fonctionnait à marcher, c'était marrant. Et les mecs se sont dit, ha ouais ils sont **bankable** ces enfoirés, donc à partir du moment où t'es bankable, bah voilà les mecs se sont dit ok très bien donc voilà. Là on à commencé à faire un peu de tout, on a fait le Social, on a fait le Nouveau Casino, là dernièrement en janvier on a fait le yoyo, on a fait la Wanderlust, sur qui on crachait mais voilà (rires). On a fait aussi... nous on a un pire ami-ennemi, c'est un peu notre Joker pour Batman, c'est la YARD, parce qu'en fait la YARD d'un côté on sait qu'ils s'ont trop forts, c'est trop bien, mais pour nous ils représentent aussi ce qu'on aime pas. C'est-à-dire qu'on reconnaît qu'ils sont super forts, mais en fait c'est pas nous quoi. Et on avait fait une soirée qui s'appelait LYCTC, pour La Yard C'est Trop Cher. Il y a un côté assez brut dans l'énergie du GDS qu'est assez cool, c'est un peu à la JUL, c'est voilà, c'est vrai, c'est direct, c'est posé donc un peu contre tout ce qui est très cadré, très codifié en fait. Et du coup voilà, c'était marrant parce qu'on a fait ça à la YARD après. C'est amourette quoi. Donc il y a cette réalité qu'en est pas une parce qu'on joue pas sur le même terrain, bah on leur fait pas peur et ils ont bien raison, et c'est pas qu'on leur fait pas peur mais qu'on fait pas la même chose, donc voilà.

Et du coup ouais il y a eu ça, et en parallèle, ce qu'il se passait chez nous, c'est que des entrées libres, **on a**

commencé à faire des places à 5 balles. Pourquoi 5 balles ? Bah parce que 5 balles c'est abordable, et à la base, c'était pas pour faire entrer de nouveaux frais parce qu'on faisait vraiment ça pour le plaisir. On avait aucune velléité à l'époque, on voulait bien sûr percer, réussir, tout ce que tu veux, mais on savait pas vraiment ce que ça voulais dire, juste que ça marche, qu'on vienne faire la teuf et tout... donc on a mis 5 balles parce que quand tu vois que les gens rentraient gratuitement c'est un moulin, parce que si c'est gratuit tu peux entrer, sortir, et donc en deux secondes, les mecs ils sortent, ils rentrent, ça se tappe, il y a des vols, c'est le bordel. C'est le HH, là on est dans des coins où c'est pas que c'est craignos, mais il y a des mecs qui passent en se disant ouais c'est trop bien, il y a une teuf, c'est super, c'est pas anormal, en fait on est populaire, c'est accessible, c'est ça le terme, et sauf qu'en fait on était un peu sur le cul de se dire : putain les mecs ils passent leur temps à trainer, à rien faire, que quand on leur offre une soirée où ils rentrent, ils font ce qu'ils veulent, bah voilà, ils se tappent, et ça péta et nous on avait le mort. Après bien sûr c'est pas le cas de tout le monde mais c'est juste qu'il suffit de 3 personnes, sur 50 qui vont rentrer qui vont être trop cools, bah les 3 qui vont foutre la merde, ça passe pas.

Donc là on a commencer à faire payer car là 5 balles ça voulait dire tu rentre, c'est chez nous, on organise, et c'est con mais dans la mentalité des gens ça change tout. Au moins ils rentrent, ils se disent je sais pas, au moins il y a un truc, il se passe quelque chose. Et dans l'autre il y a : ok une orga. À partir du moment où tu fais payer en fait c'est ça. Et tout à été un peu comme ça. Cad que au début on avait pas de bar, on faisait juste de la musique, on a commencé à avoir un bar quand les mecs à 3h nous disaient ouais j'ai plus rien à boire, il y a pas des épiceries autour, forcément c'est des zones un peu industrielles donc vers les lieux désaffectés comme ça, c'est un peu ça. Et d'ailleurs souvent les friches qu'on trouvait c'était des friches qui étaient dénichées par des graffeurs, c'est eux qui défrichaient pour nous. Il y a eu eux et la culture urbex, tous les mecs qui faisaient de l'exploration pour faire des photos, des trucs dans ce domaine là.

À cette époque là on a rencontré une pote qui s'appelle Catarina, qui aujourd'hui bosse pour une agence de comm qui s'appelle Monster, et elle gère notamment Radar, je sais pas si tu vois le webzine. D'ailleurs je sais pas pourquoi je pense à ça, masi je sais pas si tu vois le partenariat Heineken x Greenroom. Il y a le logo, les couleurs Heineken... Bref, pour ce projet elle on l'a rencontré, parce que c'est une meuf qu'est trop cool, elle est géniale, et elle était sur tous les fronts en fait, elle était pas mal urbex donc on a fait pas mal de trucs avec elle et c'est comme ça qu'on a eu pas mal de ces lieux. On a un peu évolué, à chaque fois on était un peu public-centric. Là voilà on a fait un bar parce que les gens à 3h ils avaient plus rien à boire, on a fait voilà on a fait payer parce que les gens voulaient plus de trucs, ils voulaient que ce soit plus pro parce qu'au bout d'un moment bon c'était cool, mais vu que c'était illégal, bah 1 fois sur 2 on se tappait les flics, et que les gens même si c'est 5balles ou quoi, bah c'est relou de se déplacer à perpet, et que la soirée finissent à 2h, il y a la moitié des gens dedans, l'autre moitié qui débarquent, bon c'est une réalité qu'est pas toujours

cool quoi, qu'est pas fun et on comprends, mais voilà c'est le jeu. Nous ça fait partie du buzz, de la fame. Mais c'est qu'au début les gens ils aiment bien, mais qu'en fait aujourd'hui ils aiment bien que les flics se pointent, et qu'on ai une autorisation pour qu'ils se barrent. Avec notre squat avec Asnière, c'était pas une vraie autorisation, on a fait 4/5 soirées avec une autorisation de tournage qu'on avait gratté vaguement auprès de la Mairie, où on sait pas trop si la signature voilà... et en gros à chaque fois on leur montrait ça, et un moment ça marchait plus, ça a commencé à devenir un vrai squat.

Et en fait ça a vraiment tout changé d'avoir ce lieu, parce qu'au début c'était vraiment un truc de galère, parce qu'on devait trouver des nouveaux lieux à chaque fois, et que les soirées c'était tous les 4 mois, donc dès qu'elle revenaient, les premiers qui y allaient les gars c'étaient « la soirée de l'année » c'était le truc, il fallait pas le manquer. Quand on en faisait une 4 mois après, vu qu'elle se faisait attendre parce qu'il fallait la trouver, la préparer, il fallait qu'on arrive à réunir les fonds pour louer le matos tout le bordel, parce que c'est le lieux, mais c'est aussi une orga, du matos, il y a les camions, il faut ramener des palettes et des bordels, et bah c'est vite un peu le bordel quoi, bah du coup on a eu ça. Donc voilà tous les 4 mois ça créer l'attente, ça créer le buzz, il y avait le flic il devait y avoir la police, ça c'était vraiment les débuts. Et un jour on a eu le squat.

Donc la première qu'on a fait dans le squat, le squat en fait c'est un gros terrain qui est juste à côté d'un espèce d'un squat artistique illégal, j'ai oublié le nom. A Asnières, on est en face. Là c'est des artistes, art contemporain qui font plein de trucs. En fait il y avait deux bat là où on était, au début on avait pris le premier, pas le bat à 3 étages celui qui était plus simple et tout. Et en fait la première soirée qu'on avait super bien organisé, on avait ramené tout le light, on avait fait tout ce qu'il fallait, les trucs étaient archi carré, mis à part qu'on avait un générateur à l'époque, donc il y avait des coupures de courant toutes les heures. Sauf qu'en fait on a eu un vrai problème à cette soirée, c'est qu'elle devait avoir lieu le lendemain des attentats, le samedi, les attentats c'était le vendredi. Sachant que la soirée s'appelait : « Something happens in Paris » avec des Kalash dessus. Et si tu veux là on s'est regardés, on s'est dit comm de crise, qu'est ce qu'on fait ? C'est le bordel. Les autorités avaient aucune idée de qui on étaient et ils ont jamais vu, mais t'as vite de la parano, puis tu t'engraine. En vrai tout le monde s'en foutait mais pour nous c'était un truc quand même « c'est chaud », c'est un peu... voilà quoi. On s'est dit ouais on annule, mon pote a dit on reporte. Donc la semaine d'après. Sauf que forément bah tout paris était en crise, on sort du métro à Asnières, il y a des CRS partout, fin c'était un peu la fourmilière dans laquelle on vient de mettre un coup de pied. Donc on fait soirée super carré et tout, il commence a y avoir un peu de monde et là les CRS débarquent, et ils étaient hyper cool ils ont vu que c'était carré, c'était pas comme avant, avant ça se voyait que c'était à l'arrache, que c'était sauvage et tout. On l'avait fait dans des anciens entrepôts SNCF, les mecs nous ont regardé ils se sont dit nan mais vous êtes cons ou quoi ? On la fait a Cours Emilion donc genre

Bercy village ils nous ont regardé ils se sont dit vous êtes complètement débiles, qu'est ce que vous venez foutre un truc ici ?

Donc du coup là c'est la 1ere, les mecs ont débarqué et ils ont fait bah je suis désolé mais ouais les gars c'est pas le moment, ça se voit que c'est carré, mais bah non quoi. Désolé les enfants, mais ça va pas être possible de jouer ici. On est rentré, on a replié gentille, pas d'embrouilles. Puis on se dit il est bien ce lieux et on voit l'autre bâtiment et on va explorer, et 1 ou 2 mois après dès qu'on sent que ça se calme un peu on en refait une. Et là ça se passe nickel, très bien. On en refait 2 puis 3 et on commence à se dire ouais en fait c'est cool, c'est bien ici. Et c'est la 1ere fois qu'on a commencé à faire pas tous les 4 mois mais plus régulièrement dans un lieu qui était à nous ce qui fait qu'on pouvait vraiment se poser là bas, bosser là bas, on avait réussi à récupérer l'électricité du lieu. Parce qu'en fait ça appartient à une meuf, ça s'appelle la SIRA, c'est un groupement qui appartient à une meuf ou plusieurs personnes. Donc ça lui appartenait, elle en faisait rien, on avait même fini par prendre contact avec elle, mais en fait, la meuf, on a failli avoir le droit d'usufruit sauf que ça lui allait, c'était un squat artistique ça pouvait aller, mais quand elle a su qu'on faisait des soirées, qu'il y avait la police, elle s'est dit en gros : je pense parce qu'elle nous l'a pas dit, elle a annulé le truc, ça a pas abouti, bah de toute façon ils sont là. Et de toute façon un lieu quand tu l'utilises pas, il vaut mieux qu'il soit habité, parce qu'en fait elle préférait que nous on squatte, on a remis l'électricité un peu bien, on a réasséni le lieu, parce que t'as des squatters, des gitans, des mecs qui trainaient, des crackheads, c'était dégueu, nous on l'a cleané, réinstallé, on avait notre studio avec chauffage, wifi, la xbox, il y avait des gens qui dormaient là en mode cool quoi. Donc je pense qu'elle s'est dit ouais c'est bien, eux ils le gardent en bon état, ça évite qu'il y ai trop de problèmes, mais je vais pas mettre mon nom parce que si il y a un problème, ça va me retomber dessus. Donc droit d'usufruit officiel, la meuf savait très bien qu'on était là, mais ça se dit pas.

Du coup bah ouais ça a un peu tout changé. Les soirées ont commencé à être plus régulières, à mieux marcher, et à être plus sûres parce qu'en fait on a un peu appris les rouages. Après 3 soirées où ça se passe bien on se dit on va un peu s'installer. Donc là on casse la serrure, on met la notre et c'est chez nous. En vrai c'est ça un squat, dans les règles, ça on l'a appris un peu à la fin, sur le tard, après avoir reçu un avis d'expulsion, mais en gros... on a débarqué et si tu veux tu rentre, tu change la serrure, a partir que quelqu'un dors la, que t'as une boîte au lettre et que tu t'envoies une lettre en recommandé, ça veux dire que t'as une adresse postale, et que t'as quelqu'un qui vit là. Donc on faisait des roulements au début, avec des gens qui dormaient là. Donc c'était un peu à moitié insalubre, voilà, et en fait ça devient un squat, tu peux pas vraiment virer les gens. C'est le chat et la souris, les mecs viennent, ils le savent. C'est comme les dealers qui se font arrêter et qui connaissent leurs droits. Les mecs ils peuvent aller toutes les semaines au comico, et jamais se faire inculper. Nous c'était la même, ils venaient tout le temps, mais à chaque fois bah on savait que si tu fais une soirée dite privée : tu fais pas payer les gens et t'es moins de 300, et bah en fait

ça passe. Donc on faisait rentrer les mecs, on leur disait bah voilà on est moins de 300, c'était pas toujours le cas mais on disait aux gens d'aller se planquer, ça créer des histoires un peu sympa, version projet X mais réalité quoi. Voilà c'est une soirée privée. Et en fait on avait 2 entrées, 1 entrée où on était obligés de passer sous des trucs pour débarquer dans un grand lieu ou c'était n'importe quoi, et on avait une entrée camion pour faire venir le matos et tout, qu'on fermait quand on faisait les soirées.

Et un soir les flics arrivent, voient le truc, donc là pendant une demi heure on fait rentrer tout le monde genre c'est gratuit, mais on les fait un peu attendre quand même parce qu'il faut pas déconner, et on fait rentrer les gens et voilà vous voyez il y a pas de problème. Et là ils font vous pouvez ouvrir la grande porte là pour les camions ? Euh non, comment ça on peut ouvrir ? On sait très bien ce que vous allez faire, vous allez faire rentrer un camion de CRS et foutre le bordel chez nous en fait, parce que c'est marrant mais ils ont peur qu'on foute le bordel alors que c'est eux quand ils débarquent qui viennent mettre la merde. Donc on leur dit non et ils sont là ha bon ? Ici c'est une soirée privée, on est dans notre droit, on connaît. Et si vous voulez rentrer, c'est défoncer cette porte, et nous on a des caméras donc on verra avec la préfecture. C'est toujours le jeu, eux ils font des rondes, c'est des patrouilles. On leur dit on est en lien avec la préfecture, c'est plus ou moins vrai, on l'a déjà vue, mais c'est pas notre pote hein. Et voilà il est 3h du mat, c'est pas leur pote non plus ils vont pas l'appeler et en fait bah ils essaient. Si ils rentrent c'est parce qu'on leur ouvre la porte et sinon bah ils rentrent pas parce qu'on les laisse pas, c'est toujours ce jeu là de bon je connais mes droits, je connais pas mes droits. Ils savent que tu connais pas tes droits donc il savent comment faire pour eux être dans leurs droits sans quoi voilà. Faut bien être informé.

On a sur la fin rencontré un mec qui a plusieurs squat et il y a une espèce de communauté des squatteurs qui se filent les bons plans un peu, les trucs, qui savent comment faire pour qu'un projet soit officiel, qu'on truc illégal soit quand même a peu près accepté etc. Parce que ouais c'est assez organisé. Donc ça a tout changé, tout d'un coup il y a plus de soirées, ça marche, ça a l'air sérieux. Et là t'entre du cash, les collectifs de 5 personnes à 10, puis là tu te retournes et c'est marrant mais ils font quoi les gens a part venir et sauter sur notre putain de scène ? Les gens c'est plus ou moins tous des potes, il y en a qui sont plus des potes, d'autres qui sont toujours des potes, mais c'est marrant mais quand tu fais 10 000 balles en cash tous les samedis, il y a plein de gens d'un coup. Moi je devais gérer la compta mais on va pas trop en parler, mais c'est marrant parce que les 10 000 balles je les vois jamais. D'un coup il y a un billet là, un billet là, le mec va faire les courses, à la fin du mois on t'appelle on te dis ouais Harry il est où l'argent j'fais ouais bah c'est à toi de me dire où il est l'argent. C'est ça le truc, d'un coup t'es beaucoup, parce que t'attire du monde. C'est du miel avec des abeilles. Tout d'un coup là les gens voient qu'il y a de la thune, de la fame et c'est bien. Tu viens tu saute sur la scène, tu fais un peu d'instal, tu deviens un mec cool et tu tapes dans la caisse ,voilà . Ca devient un peu ça mais après au delà de ça c'est marrant, on a bien vécu, le squat on le louait comme ça

fonctionnait pas. Quand on faisait pas de soirée on le louait, et c'est là ou je te dis que c'est un petit monde, parce que je suis assez pote que j'ai découvert par d'autres potes, des mecs de la Parallèle, qui gèrent un squat à la Chapelle qui a fermé aujourd'hui qui s'appelle L'accappella, et l'Accappella en gros c'est un ancien Franprix qu'ils ont réhabilité, c'est un peu les bureaux tu vois, c'est mon pote Raph qui gère ça et voilà, c'est là qu'il vivait, il a arrêté les études et s'est mis à faire que ça, a fond.

Et puis il ya eu plein d'autres collectifs et du coup on louait le lieu à d'autres collectifs. On louait, alors on avait fait des prix, on sait pas sur quelle base : 7 000 balles salle sèche, à 7000 balles sur les 3 étages t'avait le droit d'utiliser la salle du bas. Et Après ça pouvait monter jusqu'à 12 000 balle si t'avait les 3, la sécu, le son tout ça. C'était n'importe quoi. On prenait des grandes liasses, c'était n'importe quoi, mais en même temps c'était rigolo tu vois parce que moi c'est une vraie découverte aussi. Nous au début on utilisait que le bas, et on a fait venir des mecs de la techno pour la déco et c'est génial parce que ces mecs ils ont un vrai sens de la scéno. C'est-à-dire que nous en hip-hop, c'est une scène, des lights, du son et nous notre scéno chez nous, c'était 30 mecs sur scène qui sautent et qui geulent. La techno c'est pas pareil forcément parce que t'as pas les « tu-du-tu-du-tu-du » (kick-hit/hat) du coup c'est plus ambiance des grosses instals, ils bossent avec des mecs qui font de l'art moderne, des espèces de scénos trop cool. Ils ont l'habitude de pas avoir de moyens pour faire un truc trop cool. Donc j'ai un pote, une fois, qu'avait prit la salle du haut, donc c'était une petite salle tout en longueur. Le mec mixait là, il était juste en mode DJ, et il avait pris des fils tout cons, de coton, bien mis, nickel pour faire une structure, une black light, et alors là putain il avait une scène du turfu, genre c'est un vaisseau spatial le truc tu vois. Il était au fond de la salle, il mixait, il y avait juste les fils devant lui et avec la black light bah ça faisait une scéno de malade, il avait un vaisseau spatial qui devait coûter peut-être 20 balles le prix de la lampe quoi. Et ils sont hyper forts pour ça.

Et là on avait fait un truc qui s'appelait la Collab, il y avait Arnaud (Prymat – Syndrom) qui était avec Sport National à l'époque, ouais je crois. Est-ce qu'il y avait Parallèle ? Je crois qu'il y avait Parallèle, Sport National et le 3e j'oublie tout le temps son nom... fin bref, en plus c'est con, c'est eux qui avaient fait une grosse déco, parce qu'en fait c'est des mecs qui bossent souvent à l'Accappella en fait ils ont plein plasticiens, des mecs qui font des trucs genre j'sais pas t'as un mec qui prend genre des mannequins, mais accrochés en haut, enfin c'est du grand what the fuck, mais ça rend bien. Et là on a découvert un monde de gens sérieux, parce que nous c'était géré comme un four en fait. La GDS c'était vraiment un four. Tu rentre, tu paies tout en cash, à l'entrée ya des gorilles, c'est des potes de mes potes de Sevrans et voilà, et si il y a une embrouille il va t'attraper par la peau des fesses quoi. Parce qu'on a pas le même public. C'est vrai, en fait les gens ils pensent qu'on a un public de sauvages, dangereux et c'est vrai que parfois ça s'embrouille, mais nous ce qu'on dit c'est qu'on a un public d'enfant. Ouais bon les mecs ils viennent, mais ils fument leur pet tranquille, ils boivent du sky et tout fin ça va quoi. Et puis la techno c'est super paradoxal parce que t'as un

public qu'est.. alors déjà essentiellement blanc par rapport à nous, au début enfin il y a eu une évolution de publics, mais nous au début on avait un public qui était sur les toutes premières plus mixtes, parce que c'était l'époque de mes potes, et quand on a commencé à avoir un public qui n'étaient pas mes potes, là en gros au début on avait un public qui était plus vieux... En fait notre public a rajeuni au fur et à mesure, c'est trop bizarre. Au début ouais on avait des mecs de 25 voire 30 piges essentiellement rebeu, renois, qui venaient de tec, très « ghettos » (rires) et on avait ces mecs là, qui étaient voilà en mode, voilà on vient, on sort les bouteilles qui valent cher, très fast-life, hip-hiop. Quand on était dans la techno c'était un public essentiellement blanc où nous on était là, putain mais comment vous faites avec ce public quoi ? Les mecs ils sont tous défoncés, ils mangent les dents, tu te dis non mais faut arrêter quoi, vous êtes relous putain.

Du coup ça a rien à voir mais là par contre en terme d'orga, on a découvert un public, une orga qu'était super sérieuse. Les gars ils avaient tout compris, ils faisaient des préventes, avec shotgun sur une application que pas mal de gens utilisent, ils faisaient les préventes avec ça. Ils utilisaient des talk-in, c'est-à-dire que t'allait changer ton cash contre des talk-in l'avantage c'est quoi ? On dit c'est pour pas avoir de cash, mais en fait c'est juste pour que les gens que tu fais bosser, aient pas de cash dans les mains comme ça tu peux pas taper dans la caisse. Quand ta caisse c'est des jetons en plastique, ça aide. Nous on y est jamais arrivé, ils aime bien le cash (rires). Donc ouais t'as ce truc là où ils étaient vraiment organisés en fait, on a vachement appris d'eux en fait parce que, bah ouais c'était plus pro que nous, nous c'était sauvage, et après on a gardé notre côté sauvage parce que c'est ce qui fait partie de notre argument de vente hein. On a tous un fond de commerce. Mais eux c'était ce côté là où voilà quoi il y a un vrai délire, donc c'était cool de bosser avec eux.

Donc voilà et ça a évolué. Notre public avait voilà plus de 25 piges, ghetto-ghetto et tout, bah plus ça allait, plus ils rajeunissaient, plus ils devenaient plus mixtes, plus de meufs, plus blancs, et des gens qu'étaient en mode survet-shlag, on a eu des gens.. bah genre on s'est retrouvé avec la wanderlust. On s'est retrouvés avec des gens archi sappés, des fuckbois on se demandait si ils étaient majeurs, des mecs de 17 ans qui devaient avoir 1500 balles sur eux, des sappes Supreme, BAPE et tout ça, des vrais fuckbois. Et on c'est retrouvé comme ça d'un coup, avec un public jeune et là tu te rends compte que les mecs ils viennent tous du 16. Parce que les gars, **le hip-hop est devenu mainstream** en fait. C'est-à-dire qu'avait bon voilà.. aujourd'hui c'est devenu mainstream, la musique mainstream, tu regardes les charts, les top 50, toutes musiques confondues, bah t'as Drake à côté de Jane quoi en fait. Donc c'est devenu carrément autre chose, c'est un délire quoi. Même moi, j'ai ma petite sœur qui a 13 ans, qu'est dans une école privée genre dans le 16e et qui l'aprem fait de la danse dans une autre école privée, déjà si tu veux tu vois le genre. Bah elles écoutent que du hip-hop et elles sont toutes en FILA, tu vois genre... c'est que ça. Avec des AirMaxs 95,97 et j'suis là... genre du FILA... Parfois je rigole parce que tu te dis à l'époque, FILA, c'était le truc des raves 90,

c'était déguelasse, t'étais un cassos. Champion, Champion mais t'était le pire des boloss, c'est genre en termes de zappes, il y a eu un vrai retournement de situation. Et c'est marrant parce que quand j'en parle à ma sœur, moi je l'ai un peu connu, je le vois vaguement, mon père il le sait très bien, moi je vois à peu près, voilà... et du coup ma sœur en a aucune idée. Pour elle, FILA ça a été créé il y a deux ans, c'est la meilleure marque du monde, Supreme même niveau. C'est formidable, ils ont aucun historique. Rien du tout. Mais c'est comme sur internet en vrai, c'est une génération qui débarque, mais en fait ils sont nés dedans quoi. Eux, ils prennent, ils ont pas le recul, ni l'âge mais c'est marrant quoi. Donc notre public, ouais c'est ça. Ça se sent.

M : Ce serait en lien pour toi avec le développement des scènes (squat, paris) ?

H : Ouais. Bah ouais, carrément ! On l'a vu.. Je pense que tout est allé un peu en parallèle. Et il y a un truc, c'est con mais tu va le voir sur des médias de masse, Le Bonbon, Konbini, enfin des « médias de masse parisiens », pour rester dedans, mais tu regarde les trucs, c'est la nouvelle hype de sortir d'un milieu underground. On voulait aller où nous ? Au Consulat tu vois. Fin, genre squat quoi. On aurait payé l'addition a peu près au même prix qu'ici je pense, mais tu vois, c'est plus cool (rires) et bah ouais, vu le nombre d'articles « Pourquoi la jeunesse parisienne veut sortir en banlieue ? » etc bah ouais parce que c'est hype quoi. Et nous en gros, bah on est la nouvelle Wander quoi. Peut-être pas (rires) on fait moins d'argent. Et du coup c'est marrant, en parlant de on fait moins d'argent, c'est que bah au début.. au début de l'été ? Ouais donc pas l'été dernier, mais celui d'avant, en 2017 (rires) on reçoit au début de notre squat à Asnières, 2 ans, tranquille, on fait la fête, un petit courrier recommandé, bof sympa. Où ils nous expliquent que bah la COGEDIM voudrait bien reprendre son lieu en fait. Et quand elle dit voudrait bien, c'est vous avez 2 mois pour vous barrer.

Alors, là où ils sont un peu bête, c'est que deux mois, et bah après 2 mois, t'es en.. on devait être en juillet, et après août, et septembre ils ont un peu trainé, octobre, et bim, la période hivernale. On l'a refait, jusqu'en février, et puis on es t resté bien 6 mois. Et sauf que mes potes, c'est pour ça qu'on est ensemble, c'est que là t'as mon histoire, ce serait bien que t'ai leur version de l'histoire parce qu'on est ensemble mais on a pas la même vision du monde, c'est normal, et eux quand ils voient ça, et là ils se disaient ouais putain relou, enfin bon moi à l'époque ça me saoulait qu'on soit 30 et qu'on tappe dans la caisse, et que moi je voulais un peu me structurer et être sérieux, et eux bah non. Eux ils reçoivent ça, et ils disent ok, on se faisait des soirées tous les mois ? Là on a deux mois, on va faire entrer du cash. Eux, quand je te dis que c'est un four, c'est ça. On va te demander quoi ? Très bien, on va faire une soirée toute les semaines. Et là il s'est passé un truc, et c'est aussi ça qui a ramené notre public plus jeune et tout, c'est que là on s'est mis à booker des gens, avant il y avait que nous comme artiste, comme dj. Si tu veux, avant on était 4djs puis 6djs, puis 10, puis tous les gens qui étaient là dans le crew sont devenu Djs un par un, parce qu'en fait DJ c'est un

métier d'arnaqueur. Ça va, appuyer sur play, ça va, matcher un peu les sons, bon ok, trouver les derniers sons, bon ok. Ça va, c'est bon. On peut être exigeant, et on essaie parce qu'on a un vrai concept.

Nous, ce qu'on aime, c'est la nouveauté, les sons qui sont pas issus du top 50 non plus, on essaie de mélanger les styles, et on a un peu vu venir la nouvelle vague de hip-hop très, tu sais à la XXXTentacion, qui ressemble à du métal métal, avec des basses qui tabassent, hyper saturées. Des mecs qui hurlent, tous les mecs comme 6IX9INE tu vois. On a commencé, on les a passé avant que d'autres mecs les passent, pareil dance hall et baile funk, on en a passé avant tout le monde. Enfin dance hall c'est pas exactement ça, plutôt espèce d'afro-trap. On essaie d'être un peu moins conformiste qu'une wander qui va te passer que du Drake et des trucs comme ça. Bien sur, parfois on va les passer, parce que ouais ça fonctionne, faut pas se mentir, mais on essaie de mélanger ça avec un truc plus aventureux, plus prospectif, on essaie de mélanger les genres et chaque dj avait son style. On va avoir un Moshi qui va mixer de la grosse trap avec des trucs de baile funk, Mouss qui va mélanger du hip-hop presque de lover avec de la baile, de l'afro-trap ce genre de trucs, moi qui vais mixer du gros Booba avec de la techno et de l'afro-trap, voilà, il y a aussi ce côté saccadé. C'est-à-dire que c'était du hip-hop mais jusqu'à ce qu'on arrive à la nouvelle scène de trap aujourd'hui, presque de métal. Ce que j'aimais bien aussi c'est qu'on avait un côté dancefloor sur le hip-hop, qui est moins présent aujourd'hui et du coup voilà. On en était un peu là.

Donc si il y a eu aussi changement de public, changement de perception chez plein de gens, c'est aussi que d'un collectif de djs, qui étaient vraiment là pour être djs et qui faisaient juste des soirées, on est devenus des orgas, on a booké un peu tout le monde ; aussi bien la scène émergente que la scène un peu.. On a booké des Lay-low avant qu'ils soit connus, on a booké les Al Capote, et en fait on a fait une soirée toute les semaines avec de nouveaux artistes toute les semaines, genre O-Boy, Lay-Low... Ils sont tous français. Il y a aussi du coup Kalash Criminel, tu connais peut être pas. Et bah en gros c'est des rappeurs français. Kalash c'est un mec qui vient de Sevran et qu'on connaît un peu bien. Parfois les autres ça dépend, c'était des contacts de contacts, parfois bêtement t'envoies un mail, sachant que c'était des mecs qui, comme on avait toujours eu un point d'honneur à faire de la musique émergente.. c'est-à-dire que parfois on avait une semi-tête d'affiche, mais c'était des gens qui commençaient à percer. Tu le sentais, mais c'était pas encore ça. Du coup ça valait pas très cher. Nous on pouvait les booker, et eux ils étaient contents parce que si tu veux, la Wanderlust leur aurait rit au nez qu'on les paie pas cher, alors que là ils savaient que c'était underground, que c'était illégal. Il y a un côté où il y a un respect, et en plus eux pour leur image, jouer dans ce genre de soirée, bah ouais c'était pas mal parce que ça fait skred à mort. Donc ça ça a bien fonctionné et du coup on a fait ça tout l'été. On a continué un peu après et voilà.

Mais après ça, on a commencé à se faire un nom, pas pour le public parce qu'on avait déjà un nom auprès

du public, mais on a commencé à être pris au sérieux. C'est-à-dire qu'à partir de là on a eu un partenariat.. en fait ce qu'il s'est passé à la fin de l'été, comme il y avait plus trop de lieux, bah là c'est marrant, mais cet été c'était 30 non-stop, il y avait jamais eu autant de monde. C'est marrant mais c'est ce que je disais tout à l'heure, de l'argent, de la fame, du monde, ça fonctionne, bah t'as envie d'être là. Et à la fin de l'été, quand t'as plus de lieu, que t'as plus d'argent parce que tout a été cramé et que t'as juste des investissements à faire et voilà, bah là c'est marrant, mais il y a plus personne. Moi ça m'allait très bien parce que ça commençait à me gonfler grave qu'on soit autant. Quand on fait rentrer 10 000 balles en cash chaque semaine, à faire ça tout l'été pendant deux mois, bah les 100 000 balles je les vois pas et il y a même pas 10 balles pour s'acheter un grec.

Si tu veux, à l'époque, la caisse du GDS c'était.. tu vois les maxi-kinder ? Bah la boîte c'était ça notre caisse. Donc quand mon pote m'appelle, me fait une mini vidéo facebook et me montre qu'il y a 2e30 dedans, j'ai débarqué j'ai péte un plomb. J'ai débarqué j'ai dit, bon ok, c'est pas possible, sachant que deux jours avant les mecs étaient venu me voir avec 2 000 balles ils étaient là on les ramène chez nous on va les coffrer. Je les revois le lendemain, bon bah il me faut un peu de thunes, je leur fais une liasse de 1500, une liasse de 500.. je vous donne quoi ? Ils me font : tout. Bon, ok je leur ai tout donné, c'est là que deux jours après ils m'appellent il y a plus rien. Je les regarde, je leur fait « ils sont passés où les 2000 balles ? ». Non, mais.. on est allés manger. Non, mais mec, 2000 balles, même à 10, ça fait 200 balles chacun, fin j'veux dire, c'est pas possible. En plus moi j'étais là je voulais pas prendre d'argent dedans. Au bout d'un moment c'est bon, on achète pas des plaquettes avec l'argent du truc quoi, ou alors on se met d'accord sur le fait qu'on le fait, mais je veux pas entendre « ouais ça a disparu », impossible.

Et le problème, c'est que vu qu'il a beaucoup de monde, bah tout le monde passe, se sert. Et comme les gens le font, tout le monde s'y met et à ce rythme là, bah voilà, sans même de vouloir taper sur des mecs, bah on cramait l'argent. C'est la fast-life, c'est pour ça que je dis que c'est un four. Et là bah il y a plus de thunes, et tout d'un coup il y a plus personne, c'est rigolo ! Donc la restructuration, on se retrouve 8-10 et là ça a un peu signé l'ère qui nous mène jusqu'aujourd'hui, qui est en fait on est passés ok, on va devenir un peu un business. On était en asso, on s'est structuré, on a essayé d'ouvrir des comptes en banque, d'être un peu plus reglo, ça a été compliqué, mais là aujourd'hui on va passer d'asso à business.

De janvier à cet été, ces 6 mois, on s'est retrouvé à bosser avec des mecs qui ont une structure qui s'appelle Dedicated, qui font de la prod, eux ils bookaient des artistes, ils faisaient des partenariats avec le Nouveau Casino, et ces mecs là on les a rencontré, tu sais c'est un petit milieu, tout le monde se parle, tout le monde se connaît, tout le monde voit qui c'est l'autre, aussi bien le milieu du hip-hop et des orgas, que le milieu des squats. C'est pas du tout le même milieu, parce que les squats c'est un écosystème à part entière, et le

hip-hop s'en est un autre et du coup là on est à la croisée. Et en plus c'est cool, c'est ce qui a fait notre force, c'est qu'en fait on est les seuls, mais littéralement les seuls à faire ça, on a aucun concurrent sur le marché, c'est archi fou. Et c'est pour ça qu'on est tout le temps en stress, on se dit bah ouais, mais en fait ce qui nous amène là où on est aujourd'hui, c'est qu'on a un vrai cautionnement sur le business model, parce qu'en fait on est pas rentable. Au mieux on a l'équilibre.

Du coup on est un peu comme ça, et ces mecs, donc on les a rencontré et on a commencé à signer des deals sur genre 6 dates, une soirée par mois. On a commencé des trucs qui s'appelaient Underdogs où on a fait, ouais 5 dates au Nouveau Casino. Du coup on était en co-prod dessus, mais co-prod et djs, ce qui s'est pas toujours super bien passé. Donc les mecs ont notre âge, et ils sont cools, mais c'est qu'en fait eux ils font du business. Le problème qu'il y a eu essentiellement, c'est que c'est difficile de bosser avec ces mecs en tant que orga et artiste, parce qu'on était artiste. Et que bah en fait c'est pas pareil ; quand tu mixes le soir même, t'as pas envie qu'on te demande de balayer à côté, t'es là en mode, mec, nique ta race, et ramène moi une bouteille quoi. Sauf que bah la bouteille c'est aussi ton argent à ce moment là, donc ça devient compliqué, bref, il y a des trucs dont je parlerai moins, mais voilà t'entre chez les grands, bienvenue dans le business.

Donc voilà on a fait 5 dates au Nouveau Cas, où on a booké plein de gens, une date au Yoyo, où c'était énorme. Enfin en gros, au squat on ramenait en moyenne 1000 personnes et ouais le Yoyo, ça devait être pareil, mais ouais c'est ça... Parce que Nouveau Cas ça doit être 400 à 600 personnes, mais ouais même si on l'avait déjà fait ramener 1000 personnes, le Yoyo c'était la première fois, on était un peu comme des enfants. En plus le Yoyo c'est rigolo parce que nous on avait une structure en palettes, par Triple D, les mecs ils bossent partout, ils ont fait les Solidays et tout, ils font plein de trucs, ils bossent avec tout le monde. On les a connu par Parallèle : c'est à dire que tous les mecs des squats ils bossent avec Triple-D, les mecs des Solidays, des festivals bossent avec eux. Et c'est ça qui est trop bien parce qu'ils facturent de la réal, de l'artistiques et ils se fournissent en pallètes donc ils paient rien, c'est génial. Du coup nous on a fait ça, on a fait une structure en palette avec eux, on a posé des briques, on a fait une espèce de petite scéno en mode on a un peu « undergroundisé » le Yoyo quoi, c'est un peu se vendre, mais en même temps non parce qu'on était contents. Nous on arrive, on avait un peu chaud de mixer là dedans parce que pour le coup on avait que des fuckbois, et pour le coup c'est ça aussi qui a ramené ce public là, que des fuckbois à peine majeurs, pareil, nous on était avec nos palettes et on se sentait à la maison, donc c'était assez marrant. Donc voilà on a fait ça pendant 6 mois et à partir de là, j'ai regardé mes potes, et on s'est dit, bon maintenant on va devenir sérieux, on va faire des factures, fin voilà quoi, on va faire rentrer de l'argent blanc, c'est pas mal aussi.

Du coup on a fait ça et là on a commencé à bosser pour des marques. Donc on a commencé par travailler pour Asics, d'ailleurs cimer les gars pour mes nouvelles chaussures, on a bossé pour New Balance, pareil en tant que Djs, mais ils nous filaient des pompes aussi. Donc voilà, pour l'instant on est payé en cachet de Djs et quand je parlais de business model, c'est que bah tout le monde te diras de toute façon que l'orga, la preuve, c'est très dur de se faire de l'argent. Nous au nouveau cas et au Yoyo on était en positif de rien. Sur tout, il y a que quand on eu le squat, où tout ce qui rentrait c'était pour nous. On payait juste la loc du matos, et on payait vite fais des gens, juste pour faire la sécu, donc en gros tout le reste, on prenait 10 000 balles en cash et on payait la sécu 200 balles. Si tu veux ouais là il y avait de la thune. Et en gros c'était chez nous, pas chez nous : tu paie pas de loyer, tu paie pas de factures, tu paies rien, aucune charge, rien et en gros t'organise même pas la soirée, tu fais rien, et là tu prends de la thune juste parce que t'as mis ta serrure, t'as dis là c'est chez moi quoi.

C'était le top du top en terme de rentabilité, on a jamais fait aussi bien. On organisait, on amenait le matos son, les lights et tout, mais ça va, sur 1000 personnes, à 10e par entrée, sans compter les consos au bar, c'était aller 10 000 balles la soirée tu retire aller 1000 balles de thunes tout compris, sons, camions, parce qu'il fallait bouger le matos, ça va. Après, à partir du moment où tu loues un lieu, un lieu c'est 8000 balles, donc tu vois bien que 8000 balles, t'en fais entrer 10 000, tu paies les mecs au bar, tu paies la sécu, ça y est c'est fini, il y a plus de thunes, rien. Donc déjà là t'es, ouais on bosse gratuit donc cimer. Parce qu'on veut pas non plus faire payer trop cher, donc on est là 10 balles, on hésite à passer à 15, à 20. On en fait une à 20 on fait ohf... on a pas envie, c'est pas notre culture, on a pas envie de devenir ce contre quoi on s'est battus. Donc il y a ce vrai problème de business model, par rapport à l'image et au positionnement, et il y a un moment c'est « est-ce qu'on devient ce sur quoi on a craché » et en fait bah, moi ça va avec mon âge, 20 ans, c'est l'âge où t'es idéaliste, et bah 24 ans aujourd'hui c'est le moment où tu comprends que le monde, tu le changeras pas. Et que tu peux continuer à jouer les zadistes en gros, mais les zadistes... bah non. En gros t'es un peu contraint, tu te dis bah voilà soit on fait ça, soit l'autre option, que certains appelleraient se vendre, mais en même temps, je suis pas au Celsa pour rien et que je fais pas de la pub pour rien, c'est que pour moi bah l'autre système c'est ça ; c'est qu'on bosse avec des marques, sauf que bah moi en termes de business model pour devenir rentable, ouais c'est cool de faire des cachets à droite à gauche, mais les cachets faudrait que les Djs ils les prennent direct. Parce qu'on a des djs qui mixent à moitié gratos, qui prennent pas leur cachet de Dj parce qu'il faut faire tourner la machine, mais au bout d'un moment ça fait 5 ans, on peut pas continuer à tourner quand on se fait rien tu vois.

Là demain, j'ai un entretien, c'est trop mignon, ils m'ont appelé « ouais t'es dispo ? », ils m'ont dit vient on fait un entretien, ils font des entretiens individuels avec chacun des membres du collectifs, parce qu'en gros il y a eu tout l'été, tout le monde était pas forcément là. Cet été on a fait un truc énorme, c'est le Fresh

Island, moi j'y étais pas, bon il y a eu le carnaval de Londres avec FADED, qui est un magazine quand même je sais pas si tu connais, mais assez réputé donc c'est cool. Et avant, j'y étais pas, mais ils ont fait en Croatie le Fresh Island, un énorme festival avec des grosses headlines genre Wiz Kahlifa, donc ouais cool. Skepta, et tout. Et bon bref je sais que c'est un peu de ça dont on va parler, ouais on fait quoi, parce que moi en fait, on s'en est parlé avant et là on se retrouve devant, on se l'est dit il y a six mois : là, il faut qu'on trouve une solution sur le business model, parce que sans même parler d'un potentiel concurrent qui arrive avec plus de fonds que nous, genre du YARD bis mais genre version, parce que les mecs qui connaissent le milieu, qui viennent de Paname, qu'on de l'argent à investir et qui se disent ok, on va se la jouer genre underground, à l'Aerosol quoi... genre on fait des soirées crari underground, mais avec des foodtrucks, des pintes à 12 balles et tutti quanti, où on te fais des queues interminables, et des listes de machin, tout ce qu'on a toujours détesté, eux ils nous mangent en 5mn. Eux ils ont un business model, rentable, et eux en 3 ans, ils nous mettront la mort parce qu'on leur aura juste défriché un terrain et voilà. En market c'est quoi, on a créé une catégorie, on a défriché la catégorie gratos, cimer, et eux ils nous mangent. Donc sans même parler de ça, dans 6 mois, pourquoi on se dit qu'on existe plus, parce que bah ouais c'est ce que je leur dis demain : mon temps il est limité, et moi ouais mon temps c'est de l'argent, parce que bah il y a un moment, il faut que je mange.

Que en dehors de trucs même sans parler d'études ou quoi, faut que, bah mon temps il va falloir de l'argent, pour payer un loyer, manger, enfin comme tout le monde voilà etc etc. Et que en fait si quand je mixe je suis pas payer, je vais mixer de temps en temps pour le fun, mais comme un hobby, pas comme un truc voilà. Et pareil pour l'orga du truc, c'est qu'en fait, si on peut pas me payer, on va devenir une entreprise, donc ça demande de l'implication, ça demande des dividendes, ça fait que là on peut se payer en tant que salarié de façon officielle, enfin même si c'est un milieu de fou, mais en fait si on peut pas être rentable, et on peut pas être payé, c'est que c'est pas une entreprise, on s'y implique pas à 100% point à la ligne. Du coup à partir de là on meurt parce que tout le monde te dis, bah ouais moi j'ai un taff, moi j'ai ci, j'ai ça, et moi j'ai plus l'âge, parce qu'on a des potes qui ont des gosses, qui bossent, voilà jusque là il y en a qui étaient entre un peu de freelance, un peu de..

Par exemple moi j'étais ou étudiant, ou en stage et voilà, dans mes potes il y en a qui bossent à mi-temps, donc quand ils sont là, ils sont là à fond, quand ils sont pas là bah... voilà. Le président est toujours étudiant lui, mais il bosse aussi, un peu comme moi, sauf que lui bah il est en mode non, moi je veux faire ça, en plus la compta ça l'éclate pas trop, lui son truc c'est ça. Donc contrairement à moi qui suis avec un pied partout, 1000 trucs en même temps, on m'appelle « le fantôme » hein, parce que mes potes sont là : « bah ouais mais mec t'es jamais là » parce que déjà eux ils sont tous potes entre eux. Moi, on est collègues. Les mecs je les adore, c'est mes potes dans le sens de voilà, je les aime, on est là pour eux, mais on vit pas la même

réalité. Du coup eux ils sont vraiment potes, et ils font des soirées ensemble, et j'en fais une de temps en temps, mais comme avec le celsa, histoire de dire salut, mais ça me saoule en fait. Et voilà, on se tappe des barres, mais on est plus collègues qu'autre chose. Et voilà moi j'ai mes soirées avec mes potes, que j'appelle mes « vrais » potes, j'ai les cours, le truc et du coup j'ai un pied partout, ce qu'on me reproche, ce que je comprends, et en même temps bah c'est une réalité et à partir du moment justement où un taff où t'es pas payé, ça devient vite compliqué, pas les collègues, mais le taff. C'est un peu ce truc là et qu'en plus, on gère pas tous le truc de la même façon parce qu'eux ils sont vachement dans l'action, et c'est pour ça que ça fonctionnait très bien au début c'est que moi j'étais là en mode ok les gars j'ai la vision, les boîtes c'est de la merde, on se fait chier... à la fin je leur disais : comment tu veux que j'invite des potes à une soirée où j'irais même pas. J'y mixais mais j'avais même pas envie d'y aller. Alors à un moment voilà, c'est pour ça qu'on a fait ça, j'avais un peu la vision, le truc, et eux ils étaient là en mode ouais ouais. Moi j'arrivais dans un lieu, j'étais là « mais comment on va faire, c'est fermé ? » ils me regardaient et me disaient, mais t'es con ou quoi ? Il mettaient un chassé, un coup de pied de biche, ils cassaient la chaîne, fin les mecs ils y vont. Sauf qu'ils sont dans l'action tout le temps et que nous on fait notre taff, moi je suis là ouais venez on planifie, on réfléchit. J'ai même pas fini ma phrase qu'ils sont déjà barrés en mode on va faire autre chose. Donc t'as ce truc là.

Donc du coup là le truc c'est qu'en fait quand on veut un business model, qu'on arrive à se payer, le seul truc viable avec ce qu'on a, c'est partenariat de marque, c'est ce que je veux faire après de toute façon, tout ce qui est partenariat marque-artiste, pas Robin des Bois quoi mais c'est un peu le même délire, c'est.. il y a des marques qui ont plein d'argent, elles savent pas quoi en foutre et en plus elles savent pas comment toucher un public parce que franchement, Red Bull je les adore, mais bon ils vendent des cannettes de soda donc tout le monde s'en branle en fait. Et bah nous il y a tout une niche, plein de niches.. c'est vers les niches, et l'underground, je sais pas si t'as vu Les Nouveaux Chiens de Garde.. c'est trop bien, ils parlent du mec qui était révolutionnaire de mai 68 qui a fini par devenir le mec le plus médiatique, je sais plus comment il s'appelle... Je sais pas si c'est Benditt, peut être que je te dis une bêtise. Mais en tous cas, c'est genre le faux rebelle et ce qu'il dit c'est que l'underground est soit voué à mourir... En gros c'est ce qu'on se dit : soit voué à mourir, parce que plus d'argent, et du coup plus d'argent, ça marche plus.. Le système dans lequel on vit il est capitalisé donc si t'as pas d'argent tu tournes pas. Soit t'as de l'argent derrière et tu peux te faire plaisir, mais sinon il se passe rien.

Donc soit l'underground est voué à mourir, soit à être repris par le système. Repris par le système c'est quoi ? Que les marques fassent vivre ça. Mais en même temps, moi ça me dérange pas que des marques fassent vivre des niches underground, parce que moi ça me fait kiffer et que ce que j'aime bien dans mon positionnement et pour ça que je me vois pas comme un connard, je sais pas si tu vois mais en mode

« ouais, moi je suis de l'underground », mais ouais, et aujourd'hui le seul truc qui peut me faire tripper sans qu'on devienne ce qu'on devienne pas ce qu'on voulait pas devenir, c'est les marques. Et ouais bah c'est cool que ASICS nous ai filé des trucs et tout, les zappes c'est génial, je les aime, mais demain, en fait je veux qu'on soit payés en tant qu'influenceurs, qu'on fasse des partenariats de marque, qu'on se fasse des trucs comme les boiler-rooms.

Tu vois les boiler-rooms ? Bah quand tu rentres dans une boiler, il y a un énorme panneau Ballentines ou Absolut. C'est les mecs qui font le plus de placement de produit, pour moi t'as l'entertainment, t'as en gros.. tu vois c'est pour ça le truc où je suis allé à Londres, c'est un truc de sport-lifestyle. Donc c'est qui ? Un peu tout le monde, Reebok, Asics. En fait c'est aussi bien les gros, les petits, car t'as Nike et Adidas qui doivent rester, tu vois Adidas qui font bosser Pharell, Pusha-T, il y a tout le monde. Nike c'est pareil, sachant qu'ils sont plus sport. Adidas ils sont sur la création donc ils ont plus d'artistes. Nike sont plus sur le positionnement t'as vu le nouveau gars qu'ils ont pris ? Le mec qui a mis le genou à terre au football américain. Et en gros en entertainment c'est soit la tease, donc ceux qui en font le plus Absolut, Red Bull, Ballentines. Red Bull pour eux c'était compliqué parce qu'ils étaient là, on est sur le segment des sodas, mais les sodas c'est un peu.. on est trop chers pour les sodas. Et du coup ils se sont dit bah on est sur le segmenet des boissons énergisantes. Ils ont tappé deux trucs : la fête, parce qu'on mixe vodka red bull, la red bull c'est quoi ? C'est pour aller avec la vodka, parce qu'on est à fond, la redbull donne des ailes : tu peux soit pechon, soit faire un vol planné en BMX. Donc voilà pour moi aujourd'hui c'est la seule solution viable.

C'est la piste qu'on a, on verra demain, ce qu'on fait, on est en est, où on va, comment on se réparti, et quand je dis je sais même pas si ça va continuer, pour moi en tous cas au sens où je serai toujours là, mais mon implication va vachement dépendre de ce qu'on va se dire, des objectifs, de comment on va s'organiser, parce qu'il y a un moment où les gens ont plus forcément le temps et tout. Donc voilà.

M : Que dirais tu du rapport entre marques et artistes ?

H : C'est pas moi qui m'en charge directement. C'est un petit milieu, du coup tu rencontre vite des gens c'est ce que je disais. Je sais plus comment on a eu les contacts, sachant que je t'ai parlé des marques, mais que je t'ai pas encore parlé des médias, c'est encore autre chose. Et en marques, je sais plus comment ça s'est passé, je crois que notre entrée dans le jeu, ça a été Shoes Up, un petit magazine, je sais pas si tu connais. C'est marrant parce que c'est un mag qui est pas très connu, mais dès qu'il font un événement c'est à la Fashion Week.

En gros, Shoes Up c'est un mag qui est pas du tout indépendant parce qu'il appartient à Waff qui est une

agence, qui fait des médias. Donc en gros ils font beaucoup beaucoup beaucoup d'éditorial, papier, et je sais même pas s'il y a un site Shoes Up, mais ils se spécialisent sur l'éditorial papier très niche-hypster-parisien, très design, très ce que tu veux. Le truc que t'achètes parce qu'en fait qu'en t'achète ça, où ça doit valloir 15 balles, je sais pas nous on nous les donne (rires), mais tu achète plus pour.. tu sais c'est comme des zappes. C'est comme le mec qui lit dans le metro, mais plus pour montrer qu'il lit. T'achète l'image. Je vais pas t'apprendre Baudrillard hein, mais ouais, tu vois c'est un peu ça. On consomme de l'image, on consomme du signe etc blablabla. Du coup c'est des magazines qui s'adressent à une niche qui a des thunes, qui a un peu de temps aussi, parce que faut avoir que ça à foutre (rires). Et du coup en fait cette agence fait ça, et c'est des médias assez oufs, parce que les mags se vendent cher, mais en vrai c'est pas ça qui les fait bouffer. C'est que c'est que du placement de produit. T'as quelques articles, pour combien de photos, de mecs où t'as marqué tous les produits qu'il y a ? Combien de pubs, de pages pubs ? T'achète 15 balles de pages pubs en fait, c'est génial en fait. C'est des écrans publicitaires. C'est en gros, t'achète 15 balles de pub et t'es super content en fait.

Eux c'est ça leur business model, c'est ça qu'ils vendent et du coup bah il y a une meuf, Manon, qui est venue nous interroger comme ça et à partir de là on a connu Shoes Up. Enfin du coup ça a fait le lien entre eux et nous. On a commencé à mixer pour eux, sachant que le dernier événement qu'on a fait avec eux, je sais pas si tu vois le mec Gogo Lupin, le mec qui s'habille tout le temps en rose, en gros il y avait tous les rappeurs dans le bouquin, qui sont des rappeurs super connus, Français ou Belges, t'avais Dimé ? T'avais tous les rappeurs qui étaient là. Alors qu'en gros, c'est où ? C'est l'imprimerie, vers Beaubourg, un tout petit truc. Et les mecs ils font juste un événement, ils filent des verres gratos, ils distribuent des mags gratos, C'est un truc qui s'appelle l'Imprimerie, je crois, c'est vers Beaubourg, c'est un tout petit truc. Les mecs font juste 1 évènement. Ils filent des bières gratos, ils filent leurs marques gratos. Nous on mix, ils nous paient je sais plus, 200/300 balles, je ne sais plus ce que c'est le cachet. Et tu mixes là, c'est cool en vrai, c'est le turn-up, c'est la fashion week : tu viens pour te montrer, pour instagramer. C'est la scène quoi, tout le monde est là, il faut être là. Tout le monde est là, les influenceurs, les rappeurs : c'est la fashion week à mort. C'est "hypance" puissance 1000. C'est à partir de là qu'on a dû rencontrer les gens, qu'on a eu des contacts avec un peu tout le monde. Sur les marques on a eu Oasics, New Balance. En gros, eux pareils, dès qu'ils font une soirée ils amènent tous les artistes fame et tout qui font leur image de marque dans leurs locaux qui sont magnifiques et tout tu vois...

Nous on y mixe, un peu sur liste, parisienne telle qu'on peut la connaître. Et à partir de ça eux en fait, bah aujourd'hui ils nous bookent parce qu'on leur apporte un peu d'image et en gros on leur apporte la seed crade et eux nous apportent la famecrade. On est considérés, on est pris au sérieux et nous c'est ce qu'on demande surtout avec là d'où on vient c'est ce que je t'expliquai tout à l'heure. On est passés des vilains

petits canards en mode personne nous voulait...bref c'est un peu ça. GDS c'était le shlag, fouteur de merde. Ils arrivent 1h30 en retard aux réunions, ils font que fumer du shit, ils s'embrouillent alors que les mecs c'est des p'tits blancs qui remplissent des contrats. Alors même s'ils sont en mode hip hop, on ne vit pas le même truc, nous on est vraiment "les vilains ptits canards". Et là aujourd'hui, bah vu que c'est un peu hype, bah c'est les Rolling Stones, (rires) enfin j'sais pas... Tu vois c'est un peu ça après j'sais pas s'ils étaient aussi rebelles mais bon y'a ce truc-là. En tout cas y'a ce truc-là qui au final arrange tout le monde : nous on demande que ça et eux ils demandent que ça et c'est très bien. Et voilà on a eu ça donc ça c'est pour les marques et puis on a eu des médias aussi.

On a eu ça. On a eu Bonbon aussi parce que avec qui je suis sorti qui bossait chez Shoes Up, elle a bossé au Bonbon après donc c'est cool. C'est un petit monde hein... C'est presque incestueux j'dirais (rires). Mais bon... Pas de petits profits... (rires) Et on a eu des contacts avec... On a fait un peu de radio avec Rines FM France. C'est trop bien parce que moi, Rinse FM c'est ma .. Moi j'suis à fond salles anglaises et Rines FM c'est la radio pirate mythique de Londres qui a passé toute la scène anglaise dont moi j'suis fan et qui .. Voilà. On a travaillé avec Rinse France avec ... C'est une scène cool, du coup on a eu ça comme radio. On a fait Konbini Radio, c'est le premier contact qu'on a eu avec Konbini. Donc on a été, on a fait, tu sais ils ont un soundcloud et une webradio et tout et en gros ils ont playlisté tout le crew ils avaient un truc, un concept "100% d'un style" d'une demi-heure de mix par artiste et du coup ils ont playlisté tout le crew donc en gros sur 10 semaines, les 10 DJs du GDS, chacun un truc selon un style et en gros on a fait des mix, on a eu des contacts là-dessus et puis un jour le mec nous a dit "ouai, on a un truc on va faire un reportage 100% subventionné par assos" (bon le pb c'est que après ça a été un peu compliqué enfin on s'est pas du tout embrouillés avec eux parce que ce sont vraiment des mecs intelligents, des mecs bien et intelligents.

En fait y'a Konbini qui vient chez nous à une soirée, qui font un reportage et quelques mois après on voit un reportage donc publication Facebook avec marqué "sponsorisé par assos" et en fait 3 gars, 3 influenceurs qui vont à de soirées. T'as Kiddy Smile il fait de la house trop bien, c'est cool ce qu'il fait et lui il est dans la scène Vogging (c'est un scène essentiellement homo, trans, trav et en fait le principe du vogging c'est un style de danse qui se fait souvent sur une espèce de house et c'est de la danse qui mime des poses de mannequins mais qui est faite par des mecs donc super féminisée et Kiddy Smile il est entre la danse et le vogging et le son. Donc ya lui qui fait une soirée comme ça.

Une autre meuf, chelou, qui va à une soirée chelou, j'sais pas trop (rires) et.. nous. Donc un mec de même pas 17 piges/ Donc en fait le principe c'est pour le assos store qu'ils ont lancé, en gros bah moi j'suis à fond dans la musique et la musique c'est aussi la sap et du coup les mecs débarquent en mode voilà t'as Kiddy Smile qui dit "j'aime bien les trucs un peu extravagant", et t'as la meuf qu'est là en mode "moi j'aime bien

les trucs un peu décalés" enfin bref. Et t'as le mec qu'est là ouai bah moi j'aime bien porter un peu tout.. genre pas un fuckboy.. un mec un peu hype.. un peu comme moi tu vois (rires) mais plus hip hop genre un tissmé avec des dreads un peu cool mais qui a 17 ans et qu'est là "ouai ce soir je vais retrouver mes potes à la GDS et j'suis trop content", la vidéo elle commence ça. : "ce soir on va à la GDS" et là j'fais "YES" surtout sur Konbini, c'est une vidéo et tout tu t'dis "waw". Les mecs viennent ils filment et tout mais du coup pour nous y'a ça trop bien mais en même temps bah c'est un peu ça dont je te parlais en termes de business model c'est que mes potes ils ont vu passer le mail ils se sont dit trop cool et ils me l'ont pas montré et c'est trop con parce que c'est un peu difficile de communiquer quand t'es 10 en plus dans le groupe il se passe tout le temps plein de trucs et que t'as pas le temps et que machin etc.. et qu'en fait bah on aurait dû signer un truc bah voilà on voit ça et en fait Assos ils devaient un budget de 200k en fait alors après mes potes c'est que c'est là aussi la différence. [...] 200k c'est de l'achat média, même à Konbini en fait.

Quand tu dis que tu veux te faire sponsoriser sur un mec comme ça qui a jsais pas combien de followers qui suivent ta page, rien que ça déjà ça vaut déjà cher + réalisation (coût des gens, des trucs, tout le bordel quoi) et qu'en vrai mes potes quand ils ont vu ça, enfin ils l'ont entendu par je sais plus qui et ils ont dit "quoi ? 200k ? mais je ne comprends pas on a pas touché d'argent" et ils ont envoyé un vieux mail en mode mail d'avocat en mode on réclame de l'argent quoi. Et là les mecs de Konbini sont vraiment sympas et intelligents ils ont dit "mais attendez les gars déjà vous nous avez dit oui, y'a un mail c'était écrit à 100% que c'est subventionné par Assos". Alors oui mes potes ils ont vu ça ils n'ont pas compris que bah voilà. Et le truc c'est que le mail est clair, on a dit oui donc à partir de ce moment-là, on a signé des décharges pour l'image donc y'a un moment... Sauf que le mec répond "oui les gars, vous m'avez dit oui, pas de problème, je suis super étonné de voir votre mail et tout" et ils auraient pu, et c'est là où je trouve qu'ils sont intelligents, parce que franchement ils ont pas besoin de nous ces mecs-là, Konbini quand même.. et les mecs ils auraient pu nous dire "vous foutez de ma gueule, vous avez tout signé, t'as un mail qui dit oui, tu veux te battre, qu'on ramène nos avocats, on est Konbini mec". Et franchement ils nous ont répondu tranquille. "Bah je suis étonné je ne comprends pas les gars, bien sûr qu'on allait pas vous filer cette somme-là, etc." cool, artistiquement cool. Et là je me suis dit waw t'as des gens cool en face voilà qui comprennent la réalité et qui sont cool.

Et ils nous ont dit qu'on allait trouver un arrangement et c'est exactement ce que je leur ai dit le business model ce n'est pas payé, c'est un média un principe, les marques les paient, tout le monde les paient, nous on gagne de la visibilité. Je leur disais, le seul truc, on ne peut pas leur demander d'argent parce que c'est leur business model, ça fonctionne pas comme ça. Par contre, tu leur dis, outre la visibilité (parce que c'est cool d'avoir un truc Konbini mais nous ce n'est pas ça qui nous intéresse exactement), nous ce qu'on peut dealer avec eux et c'est ce qu'on fait : des articles. Quand on organisait des soirées en coprod et tout je leur

disais bah c'est par exemple c'est un truc qu'il aurait fallu mettre sur la table dès le début. Donc là ya des contacts à faire. "Nous on veut un article pour les soirées qu'on organise, un article pour le Fresh Island parce qu'on était en coprod avec eux". On devait être dealer France officiel. On l'a été en Croatie. Ils ont un public plutôt anglo-saxon, pas très connuen France.

Donc leur idée c'est de toucher le public français grâce à nous, nous avoir comme partenaire sauf que bah.. on a pas de média encore. On a public de gens qu'on pas d'argent. C'est un public tu leur demandes 10 balles et tu peux rentrer avec ta bouteille. Ce n'est pas un public qui peut payer 600 ou 1000 balles pour ta semaine. Donc tout notre public ne peut pas. On a une partie qui l'a fait et voilà mais pas la majorité... Ceux qui y vont, le Fresh Island, c'est vachement métisé comme festival : c'est vachement pas blanc.

Et du coup c'est pas notre public d'instagramer de 16 ans qui y seraient allés. Peut-être qu'ils aimeraient bien l'avoir aussi. Mais c'est plus une partie du public qu'a de l'argent parce qu'ils taffent et qui sont prêts à claquer. Les mecs gens qui peuvent te claquer, que ce soit des dealers ou des gens qu'on un petit SMIC, des gens qui sont prêts à te claquer tes tables et des bouteilles boîte, bah ces gens-là ils sont prêts à claquer 1000 balles pour un festival comme ça. Du coup eux voulaient toucher ça et bref ça a changé. Donc je disais ça pour nous ce qu'on organiser au nouveau caz et nos prochaines soirées c'est faire en fait du deal avec eux pour des articles des trucs. Nous je pense qu'aujourd'hui c'est un peu ça..

M : Et par rapport à votre communication ?

H : Notre comm' fonctionne vachement avec un truc que moi-même j'ai posé. Au début on avait plein de problèmes sur le com'. En fait, au début c'était facile on était 200, 300 c'est déjà pas mal, c'est un beau chiffre mais c'était que du bouche à oreilles. Parce qu'on fait une première soirée, on devait être 100, 150 mais c'est que du bouche à oreilles "putain jsuis arrivé à une soirée c'est un truc de ouf, tu ramènes ta 'teille, les mecs balencent du son c'est mortel". Donc en gros, tous les 4 mois, 3 par an. C'est simple, ce qu'on entendait c'était "gros, t'as raté la soirée de l'année" et en gros bah "t'es prévenu, tes potes te l'ont dit". Donc au début c'était comme ça, assez organique, assez facile. De toute façon comme tout artiste qui fait de la musique, sauf si tu sors d'une major que t'as déjà un background, des contacts et tout, c'est plutôt organique, bouche à oreilles et tout ça. On a gonflé comme ça. On faisait nos évènements sur Facebook. A l'époque c'était pas Insta. Moi j'préferais Facebook, jsuis un peu un ieuv, tu peux créer un évènement, je crois que je n'ai pas compris Insta, jsuis passé à côté (rires). Donc on faisait nos évènements sur Facebook mais à la fin c'était rincé, t'avais genre 150 personnes sur l'event et t'arrive à la soirée y'avait 800,000 personnes. Donc on en gros c'était pas du tout représentatif mais voilà.

Mes potes du GDS ""putain mais on passe pour des branks et tout, on a une coprod, on a 1000 gars qui

viennent à une soirée et en fait on annonce 100 personnes, on passe pour des quiches et tout". Mais nous on savait que les mecs étaient à la rue en mode "mec, comment on va faire ?" Donc début super organique, là on commence à faire des events sur Facebook, event publics pour avoir un maximum de monde. Mais alors là.. t'es dans la merde parce qu'on avait des problèmes avec les autorités. Et même si à chaque fois on mettait "lieu tenu secret" et qu'on révélait quelques heures avant et tout. On a tenté les trucs de hotlines versions 90s mais c'est chiant d'envoyer des textos. Donc on dévoilait le lieu en commentaire 1h ou 2h avant. On l'a fait après sur Insta avec les stories. Mais en gros on faisait ça, on commençait à avoir pas mal de public, des pbs avec le fait qu'on était underground. Je regarde mes potes et je leur fait "bah voilà, j'pense qu'on a un gros public qui vient, ça commence à faire une communauté".

C'est un peu Hype et en même temps underground. Et puis avec cette culture de la hotline, culture 90s, moi j'ai vu ce documentaire sur les heretik system, j'avais 18 ans. En gros c'est les mecs qu'ont fait les rave party en France, c'est les premiers après les Spiral Tribe qui faisaient ça en Angleterre et ils ont un documentaire qu'est fou sur leur histoire. Moi ayant baigné dans cette culture, moi je leur dis au moins ça va résoudre nos problèmes et en plus ça va créer une hype qui va avec. C'est con d'avoir un public sans base de données. Demain, on veut faire un mailing.. ? Potes c'est des vrais thugs, des undergrounds. Eux ils créaient un event facebook, ils le supprimaient après en mdoe dès que c'est fini ça disparaissait.

Mais je les regarde je leur dis "vous êtes fous ou quoi, ça c'est de l'argent, t'as 1500 personnes là, tu sais ce que c'est ?". Du coup je leur dis "on va faire un groupe secret Facebook" et là, j'ai créé le groupe, j'ai tout posé, et là y'a ma pote Katarina avec qui on bossait à l'époque en tant que consultante externe pas payée mais très sympa qui écrit "les initiés savent, les curieux comprendront". Et ça c'est toujours notre headline. Donc on crée des événements secrets là-dessus et si tu veux y aller.. (alors j'avais poussé le truc jusqu'à la prévente, j'voulais plus de cash, j'avais ma vision de petit babtou : savoir combien y'a d'entrées, machins, moi mon concept c'était ça on fait les événements secrets et on post que sur le groupe.) Si tu veux aller à la soirée t'es obligé d'avoir un mec qui te co-opte qui te fait rentrer dans le groupe. Donc c'est que du bouche à oreilles mais du bouche à oreilles contrôlé. Donc le mec te fait rentrer et t'es obligé de passer par l'évènement qui est tenu secret et y'a pas de police (enfin ils peuvent rentrer mais ils se font moins coopter, on les aime moins). T'es là, tu prends tes préventes sur le groupe secret. Bon c'était pas super poussé mais sans que ça aille trop loin dans le côté secret, bah ça a créé un buzz. Tout était annoncé là-dessus. Et eux ils avaient fait un truc avant que j'arrive, ils avaient créé une page "GDS Game" qui est une page média avec tous les sons qui sont sortis, parfois ils racontent des trucs, n'importe quoi, bref. Tu sais un peu philosophie-thug (de la street).

Mais en gros le groupe est un peu devenu ça, les mecs qui suivent le GDS. Du coup ça a un côté assez

pratique parce que tu as ta base de données, tes gens qui sont repertoriés, t'as le côté "c'est un groupe secret/ tu veux y être ? vas-y j'te rajoute/ c'est trop hype, faut que je sois sur le groupe, etc". Je voulais jouer la même stratégie de la pénurie. C'est ce que Supreme, Nike font. Justement les fuckboy et les hypist ils utilisent des bots pour avoir la dernière paire de machin ou ils font la queue pendant 1 jour entier. Comme la Yard faisait.

La yard elle te fait mixer Joke. ou genre Booba gratuit à partir de minuit, bah depuis 20h c'est la garde au rang. Du coup je me suis dit ils se la jouent comme ça, on va se la jouer pareil mais version... moi je ne voulais pas que tu puisses rentrer dans le squat si t'as pas ta prévente, si t'as pas été coopté. Alors bon, mes potes m'ont dit "hey, ferme ta gueule, tu vas continuer à prendre du cash". Ils l'ont géré à leur sauce aussi. Et c'est ça que j'aime bien dans le GDS, ça a toujours été une tension (parfois créatrice, parfois destructrice) entre la vision que je peux avoir et la façon dont ils font le bail. Moi jsuis un peu ça, une espèce de vision et de tension, un peu le gardien de la marque GDS en mode "hey les gars, c'est ça qu'il faut qu'on fasse" et c'est eux qui font en vrai. Y'a mille fois où j'ai failli me faire éjecter du bateau. Quand on était 30, le nombre de connards qui faisaient rien qui on voulu me virer.

Mes potes sont venus me voir en mode "alors je te rappelle que ce mec a voulu te virer mais nous on sait qui t'es..", je leur ai dit « bah ouai le mec qui veut me virer ça fait deux mois qu'il est là depuis qu'on gagne 10,000 balles par semaine », moi j'étais là quand on galerait dans des vieux pubs à Colonel Fabien donc les mecs savent aussi d'où je viens et que les mecs du GDS, on est devenus vraiment potes un jour où... au début j'étais un petit con prétentieux. Je me rappelle d'une soirée au Blluci's et moi je mixais à 4h, trop bien, meilleure heure, la soirée finissait à 5h30 c'était le feu et les mecs gèrent tout et moi j'fais rien, j'débarque à 3h45, je pose mon matos, je fais turn up tout le monde danse de ouf, genre meilleur truc de la soirée et là mes potes me regardent et ils me font "franchement mec, c'était très cool ton set mais on a un peu le seum parce que nous on a fait toute la soirée et toi t'es venu t'as raflé la mise et tu t'es barré. Parce que du coup, je suis venu, j'ai fait turn up et j'me suis barré. Ils me regardent et ils me font "en fait on fait pas ça pour toi. Soit t'organises avec nous soit voilà.. mais t'es pas un resta, donc même si c'est très cool, qu'on ait un mec qui mixe super bien qui fout le feu." Parce que, sans vouloir me vanter, aujourd'hui ils ont tous progressé de ouf mais au début je faisais partie des meilleurs DJs et du coup y'avait ce côté là. je me suis un peu reposé sur les lauriers pendant qu'ils ont taffé donc aujourd'hui ce n'est plus le cas.

On est devenus potes un jour où ils avaient fait une soirée à ??? où j'ai galéré à trouver le lieu, je les ai appelé genre "venez me chercher". Eux ils m'ont fait "bah écoute mec nous on est en train d'installer, si t'étais là comme tout le monde une semaine avant pour installer faire le repérage et tout bah tu saurais où il est le lieu donc arrête de nous casser les couilles." Et je suis arrivé à la salle, le frère de mon pote Mouss

en gros Mouss c'est le président, Alasan aujourd'hui il doit être vice-président avec Mams. En gros Mouss c'est le renoi babtou, qui fait des études, un peu mesuré et tout.. et Alasan c'est le mec sanguin. Et j'arrive, je commence à lui gueuler dessus, enfin jsuis un petit babtou.. Et il me fait : "Gros on fait pas ça pour toi tu te barres, tu prends tes affaires et tu te casses" et tous ses potes me disent de se barrer. Et je me barre pas, tête contre tête, ... on s'est mis à se gueuler dessus etc.

Et c'est à partir de ce moment-là où ils avaient vu que oui j'étais un petit con mais j'avais compris ce qu'ils disaient et surtout j'étais prêt à me battre pour mes idées. Dans ce milieu, pas avoir de couilles, c'est mort. Et à partir du moment où ils ont vu que j'étais prêt à me battre et à me faire taper sur la gueule pour mes idées, là on s'est respectés. Et moi je les ai compris en mode "jsuis un ptit con prétentieux". C'est devenu fort entre nous mais j'ai failli me faire tejer plusieurs fois en mode "ouai Harry il est jamais là il fait rien". Mais c'est juste que ce n'est pas visible ce que je fais, c'est pas tangible. Clairement, ouai les mecs qui étaient là depuis deux mois qui ramenaient des palettes, qui montaient des structures et tout, même s'ils nous tapaient dans la caisse comme des fdp, qu'on s'embrouillait avec eux parce que c'est des connards et des fouteurs de merde et bah eux ça se voyait ce qu'ils faisaient. Même si la réalité c'est qu'eux étaient au chômage et moi j'étais étudiant, on n'avait pas la même vision, en plus à l'époque je crois que j'étais en prépa. T'es toujours un peu sur la selette, clairement on vient pas du même milieu, on n'est pas dans le même mood et en même temps, c'est espèce de tension "ouai gros...c'est ça qu'il faut qu'on fasse / c'est pas ça qu'il faut qu'on fasse..."). C'est toujours la tension entre eux qui sont dans l'opérationnel et moi.

M : Je vais revenir sur des trucs plus généraux.... Comment tu définis ton style vestimentaire ?

H : Hybride, c'est le premier mot qui me vient en tête y'a plein de raisons, dont deux principales. La première c'est que je n'aime pas m'habiller comme tout le monde. J'ai pas envie d'être un fuckboy ou trop hype. J'ai pas de thune. A la base je viens du métal, aucun style. Un jour j'ai découvert les meufs donc j'ai arrêté. J'ai un côté, j'kiffe le côté rock'n'roll. Je kiffe m'habiller en mode super hip hop. Sinon je dirai que je suis un mélange entre Vaperwave et Normcore.

M : est ce que tu portes une attention particulière aux marques

H : Ouai carrément, j'achète des marques, des styles. Je suis un ultra fan d'Adidas. Ascis, Newbalance, c'est trop passe partout, moi j'aime bien. Nike sont très sport et c'est pas ma culture. Adidas aujourd'hui leur positionnement c'est les créateurs, en s'associant avec Yamamoto, Stella McCartney et ça se ressent dans leurs collections plus abordables. En terme de style et d'image, je trouve que c'est les plus novateurs. Je suis pas trop Supreme, je respecte mais c'est pas mon délire. J'ai un petit amour pour la marque Pigalle parce que c'est mon quartier... Tu as à la fois des créations, à la fois des coprod.

En takewear, j'adore Acronym. Y'a le côté futur que Adidas a su avoir et ce côté pratique. Il y a une marque qui me fait fantasmer c'est Lacoste. Parce que là où ils sont trop forts c'est que, à l'inverse de Louis Vuitton, Gucci et tout, Louis Vuitton par exemple ils sont avec tous les rappeurs blingbling ("Louis V" dans leurs sons). Aujourd'hui Lacoste n'est plus associé aux tennismen mais aux dealers de shit, qui ont leur petite casquette, la banane, et le petit polo Lacoste. Et ça veut dire "j'accède". Toute la scène rap, hip hop d'aujourd'hui est issue d'une génération de mecs qui ont regardé MTV toute leur adolescence avec les gros rappeurs bling bling. Aujourd'hui c'est le retour des bandes (FILA, Tacchini), 90s à mort. Là ils viennent de sortir une nouvelle gamme mi-BCBG, mi-streetwear. Alors là j'applaudis, les gars vous êtes géniaux. Ils ont tout compris et ils se réapproprient leurs marques. Chaque classe consomme ce qu'elle pense que la classe supérieure consomme et Lacoste se réapproprie leur même marché.

M : Qu'est ce qui va t'intéresser dans une musique ?

H : Il y a deux choses : le groove et l'imaginaire, tout l'univers qui va avec. C'est à dire qu'en gros, alors que j'écoute beaucoup d'Hip Hop et de rap français, c'est très récent que j'écoute les paroles. C'est l'instru qui compte, la prod. Et c'est pour cette raison que je suis un énorme fan de Dr Dre. Ce n'est d'ailleurs pas un musicien mais un producteur. Il a un son quoi, ça tabasse. Moi j'écoute beaucoup de musiques électroniques, instrumentales aussi. Je suis musicien, j'ai commencé par la basse, guitare et tout, après j'ai fait pas mal d'instrus (j'ai fait pas mal de samples, la culture de l'emprunt). "C'est de faire découvrir un truc que les gens n'iraient jamais écouter". (cf. MC Mioti - Bum bum tam tam emprunté à Bach) Ça a toujours été l'instru qui prime, dans l'électro aussi parce que quand t'es derrière un logiciel tu peux tout faire, c'est un truc de ouf, t'es un chef d'orchestre. Si tu veux un sitar, un gong, tu traverses le monde en 1 seconde.

M : Tu utilises quoi comme logiciels ?

H : J'utilise plusieurs logiciels, principalement Machine pour mes sktechs. Je suis plus rythmique que mélodique. J'aimerais bien me mettre au piano. Et sinon je passe Machine dans Ableton. Ce que je comprends pas c'est le Dj en mode TOP 50, y'a Spotify pour ça.

M : pour toi, comment définit-on un genre ?

H : Bah déjà, ce sont les journalistes qui font les genres et non pas ceux qui contribuent à les créer. (...) Les moyens techniques influencent vachement la création. (ex : l'ampli pour les guitares électriques) et les bluesmen par exemple ont été complètement influencé par des développements techniques. On avait la musique acoustique, on est passé à l'électronique. Ce qui contribue à définir un genre c'est la technique qui influence la création même du genre. Les médias, les effets de mode, etc. Quand tu crées, tu ne définis pas le genre toi-même. Le milieu social aussi influence sur la création d'un genre (ex : gansta rap). (Cf. série HBO "the defiant ones" sur Dr Dre Jimmy Iovine, prod qui a fondé Interscope)

Mélanie : Comment et quand tu écoutes de la musique ?

H : Tout le temps, parce que quand je me lève, ça me permet de passer une bonne journée. Dans les transports aussi. La musique peut aussi bien être source de partage mais aussi "dans sa bulle". Ça dépend de ce que tu fais aussi. J'adore aussi écouter avec des potes (festivals, soirées, ...). je n'aime pas les boîtes, tu peux pas parler avec les gens, tu bois tu te drogues t'écoutes de la musique de merde. J'aime bien que ça créé des rencontres. Je ne vais pas à énormément de concerts. Pas trop de gros artistes... Ce que j'aimais bien en soirée dubstep, tout le monde y allait pour le son, comme à un concert.

Annexe no 10 – Entretien no3 – Alexandre, 22ans – 21/04/2018.

1. Présentation générale

M : Te présenter (ton prénom, âge, où tu vis, ce que tu fais, et ce que tu aimes faire)

A : J'ai 22 ans, je suis à l'Armée, je vis avec mes collègues. Ce que j'aime faire, en gros le sport évidemment, et la musique. J'écoute énormément de musique, j'ai une famille qui écoute de tous les univers possible et inimaginables, donc je peux passer d'un morceau de métal à du classique à du reggae, à tout. Je m'intéresse beaucoup aux cultures par rapport aux pays. En ce moment, je suis beaucoup sur la culture sud-africaine, j'écoute beaucoup d'artistes de là bas. J'essaie vraiment, pas de m'approprier, mais de creuser les cultures, savoir quand il y a un terme, des phrases, des gestes, parce que la musique c'est un tout, c'est le son mais aussi les clips vidéos, c'est super important. Je place une grande partie sur les clips vidéos qui sont hyper importants, ça donne beaucoup d'informations et en plus avec la génération actuelle, les clips vidéos, youtube tout ça... c'est 50/50, et je suis ouvert, quand des potes, des collègues viennent me voir avec un nouveau truc, ils me demandent qu'est ce que t'en penses comme si j'étais philippe manœuvre (rires), après cinéma aussi j'aime beaucoup. Et moi le cinéma est lié en partie à ce que j'écoute. Donc quand je vais écouter du rap sud-africain je vais m'intéresser aux films aussi, quand je regarde les clips je vois qu'il y a des artistes qui font aussi beaucoup de courts-métrages. Genre cinéma indonésien, le cinéma coréen, et aussi les mangas, les animations, j'aime bien tout ça.

M : Comment définirais tu ton état d'esprit ?

A : Le premier mot qui me vient à l'esprit c'est que je suis ouvert, il y a pas grand chose qui me choque, après j'essaie de me faire mon avis sur tout. J'aime beaucoup écouter l'avis des autres aussi, il peut t'influencer, ça t'ouvre encore plus, tu te dis « ha oui, ça j'y avais pas pensé », c'est en perpétuelle évolution, tu pense jamais les mêmes choses d'un sujet en particulier. Ouais non, ouvert et à l'écoute, j'aime bien écouter les gens.

M : Qu'est ce que tu penses du voyage ?

A : Avant que je fasse ce métier, j'ai voyagé au Danemark, je suis allé 6 mois là-bas. C'est vrai que quand je quitterai l'armée si je la quitte, c'est sûr que je vais partir, je sais déjà où je vais aller. Pour moi le voyage c'est ne pas resté barricadé dans ce qu'on t'a appris depuis tout petit, t'es allé à la rencontre de personnes qui éventuellement ne te comprennent pas, que tu ne comprends peut être pas non plus, mais tu es humain avant tout, donc au final tu vas t'y retrouver, c'est indéniable. Dans n'importe quel pays, sauf dans des pays en conflit, tu réussira toujours à parler avec des gens, et c'est super important.

M : Tu aimerais aller dans quels pays ?

A : Si je fais pas ça dans ma vie c'est que j'ai loupé un truc, c'est les chemins du transibérien. Tu pars de Moscou, Vladivostok, Houlan Bator en Mongolie, et ensuite tu arrives en Chine. En trois semaines, t'es dans le train, tu prends tellement d'informations, t'en prends plein la gueule. Niveau paysage, les personnes qui t'entourent. Moi je veux le faire tout seul, c'est vraiment une expérience, après je reste ouvert si quelqu'un veut venir, mais j'aimerais vivre le truc à fond. J'aimerais bien retourner au Danemark, c'est mon vrai premier voyage, je dirais pas qu'au collège, les voyages en Angleterre c'était des vrais voyages, on était pas vraiment dans la culture. Là t'es plongé dedans. Je l'ai fait à 16 ans, j'aimerais le refaire en qualité d'adulte, pouvoir voir plus de choses, pousser le truc et pourquoi pas après déborder tout ce qui est Norvège, Finlande, Suède. Ils ont une autre manière de penser.

M : Pays que tu préfère ?

A : Que je préfère ? Bah évidemment la France pour commencer, car elle a beau être ce qu'elle est, on est assez privilégiés. Après ça a pas été sans travail. Ouais, France, après Danemark parce que c'est le premier pays qui m'a accueilli, j'aime bien. Après par rapport à mes origines, l'Arménie, ma mère est arménienne, c'est un endroit où j'aimerais aller. Et là, encore plus que la culture, c'est qu'avoir de la famille dans un pays où t'es jamais allé ça te pousse encore plus à vouloir y aller. Tu te dis c'est mort, si j'y vais pas je rencontre pas le reste de ma famille et ce serait grave dommage car comment ça se passe là bas, cet endroit du monde on en parle pas beaucoup, mais ils s'y passe plein de trucs, ça bouge tout le temps. Ils ont des causes, ils se battent pour des trucs. Les français se sont battus il y a des dizaines d'années pour certains trucs, eux c'est maintenant (tappe du doigt sur la table). Nous on a le recul, le droit de vote pour les femmes, les faits historiques, c'est en ce moment. C'est ça qu'est dingue, j'ai vraiment envie, pas de participer car je me permettrait pas, mais d'en être témoin. Ce serait incroyable.

M : Si je te dis culture américaine ?

A : Vu que j'ai un point de vue extérieur par rapport aux Amériques et à l'Asie.. bah en Europe, ce que j'aime c'est la diversité, dans tous les sens du terme. Au niveau culturel, je bosse à côté de l'Allemagne, c'est

frappant, quand tu vas en soirée, à un événement, c'est vraiment différent de la France, t'es dans un autre pays. Alors que je pense, mais j'y suis jamais allé, c'est que mon ressenti, mettons tu pars au Cambodge ou autre, puis aux Philippines, j'ai entendu beaucoup de gens qui disaient que ça se ressemblait. Après, au niveau de l'Amérique, c'est vraiment Nord et Sud. C'est pas du tout la même mentalité. Ce qui me frappe, c'est que sur le même continent, du nord au sud, c'est pas du tout la même population. Ni la même civilisation. Ce qui s'est passé en Amérique du Nord... tu te retrouves des années après avec des peuples entièrement différents. Les uns qui sont là parce qu'ils ont choisi d'être là, et les autres par leurs origines. Par exemple, mes parents, ils ont fait plusieurs fois le Mexique et ils me disaient, tu vas à Mexico, les mecs c'est des gens basiques.. tu va par exemple vers les sites maya, ils ont une morphologie totalement différente, ils sont vachement trapus. Après forcément, comme je connais un peu l'Europe, moi ce qui m'intéresserait en premier ce serait l'Asie. Après, c'est parce que je suis dans le mood actuel de m'intéresser à ça et à ce continent là. Par exemple, les Etats-Unis, ça m'intéresse pas du tout, vraiment pas. Je sais pas pourquoi je suis réfractaire ou autre, j'en ai entendu trop parler... en fait, moi je suis **intéressé par les choses dont on ne parle pas**. Et vraiment, en fait j'aime bien être dans le... comment dire, dans l'unique, je sais pas comment dire.. **pas comme tout le monde quoi**. Quand on me parle d'un endroit quinze fois, ça me donne pas du tout envie d'y aller. Alors que quand on me dit ya un petit truc là bas, je sais pas ce que ça donne, je me dis ouais je vais découvrir, avoir mon propre ressenti. Parce qu'en Amérique du Nord si j'y vais, j'ai l'impression que je vais voir des choses, mais comme on m'en a déjà parlé, je me suis déjà fait une idée tu vois. Ça gache un peu je trouve. Après l'Asie c'est pareil... tu vas au Japon, c'est pas la même qu'au Cambodge, c'est vachement diversifié.

M : Quel degré d'attention portes tu aux marques ? Comment définirais tu ton style vestimentaire ?

A : Alors moi je trouve ça **vachement important**, mes parents ils ont toujours été dans la zappe.. en fait moi je vais pas m'acheter 15 paires de chaussures dans l'année, je vais m'en acheter deux, mais elles vont **valoir 15 pourries** quoi. En gros je préfère avoir deux paires de chaussures qui me plaisent, qui sont pas de ma marque favorite, car j'ai pas de marque favorite, mais qui coutent quelque chose, vraiment t'y mets de l'argent car t'y tiens en fait.. je vois ma mère quand elle était petite elle était amoureuse des doc martens tu vois et c'était ça, mon père amoureux de son fly jacket qui avait 30 ans, je le mettais j'en avais douze en fait. Et ouais moi c'est vachement important je trouve. Il y a beaucoup de choses que j'achète sans marque parce que c'est pas nécessaire d'avoir de la marque pour tout, mais quand je veux faire les choses bien ouais c'est vrai que la marque c'est quand même vachement important. Après yen a en particulier, forcément ya les classiques et après des marques moins connues qui sont tout aussi intéressantes. Le souci dans la mode c'est que plus tu va dans le moins connu, et en fait tu te rends compte que c'est pas connu, enfin par tout le monde, mais connu par un cercle privé, donc c'est très très cher. Et c'est dommage. Parce qu'il y a des pépites.

Après j'ai l'impression que les grandes marques en ce moment essaient de revenir à ce standard là de pas faire de trucs loufoques mais vraiment... enfin si ça part en vrille, mais c'est dans le bon sens. C'est pareil tu vois dans un autre pays tu vas avoir l'impression que les gens sont habillés d'une autre manière, mais quand tu reviens en France t'as l'impression que tout le monde est habillé pareil. C'est dommage. Faut vraiment aller dans certains quartiers de Paris pour voir des mecs habillés comme eux le veulent. Les autres ils rentrent dans le moule. Sinon pour les pièces que j'achète, moi c'est chaussures. Chaussures c'est marque ou rien. C'est pas possible autrement. Vestes, manteaux. Je peux pas prendre un faux cuir, et je **peux pas** non plus prendre un cuir de certaines marques. En fait il faut que.. moi j'ai un cuir tu vois, je l'ai acheté avec ma toute première paie, j'ai claqué ma première paie, mais je l'ai toujours. Après t'as d'autres marques en cuir, tout ce qui est Marlboro et tout ça mais bon... ouais chaussures, après ouais j'avoue en fait quand j'y pense, j'ai pas d'autres jeans que du Levis. Je **peux pas** acheter autre chose que du Levis. Mes parents ils me disaient t'en achète un par an, tu le gardes 25 ans et c'est surtout que tu le vois, tu vas acheter une autre pièce d'une autre marque, la qualité va pas forcément être là. Donc certes tu paies un peu cher, mais au moins t'y tiens. Après pour tout ce qui est sport comme j'en fais beaucoup c'est des marques.. par exemple pour la boxe, c'est des trucs que de boxe, je prends pas de trucs qu'on trouve à Decathlon ou autre. Mais en soit, si tu veux parler de vêtements, il y a un site qui est en train de faire très très mal, c'est ASOS. Ils chamboulent tout. Ça ça vient d'ASOS. Ils chamboulent tout.

Au début j'étais vachement réfractaire, ouais c'est encore un truc sans marque... et puis au final j'ai commencé à acheter du Lacoste dessus, carrément pas cher.. et puis ensuite du sans marque, enfin de la marque ASOS. Et tu te rends compte qu'ASOS c'est une putain de marque. Ils ont des coupes de dingue. Les mecs fins comme moi, au lieu d'avoir des manches qui partent comme je sais pas quoi, t'as des manches taillées, c'est super important. C'est bien d'acheter de la marque, mais si tu ressemble à un sac c'est pas possible tu vois. Ça fait moins d'un an que je connais. On allait en soirée, j'avais pas envie de sortir et du coup je mettais des vêtements pour faire en sorte que je puisse pas sortir du coup il me filait des vêtements, c'était ASOS et je kiffais de ouf. T'as eu où ça ? Il me disait ASOS ASOS ASOS ASOS. Non mais c'est pas possible. C'est quelle marque ? Bah ASOS. Du coup j'ai commencé à commander et puis c'était foutu. Pour les chaussures je vais chez Courrir, car c'est là où je trouve le plus large choix... Après j'essaie de beaucoup aller en OUTLET, les magasins d'Usine. Ya des collections d'avant, j'y vais beaucoup, surtout vu que je suis à côté de l'Allemagne.

Après forcément j'aime beaucoup aller chez Nike, Adidas, Asics, les basiques quoi. C'est des marques qui créent des pièces que tu peux mettre dans plein de contextes. Moi j'adore mélanger les trucs. J'arrive aux soirées avec un adidas classic vraiment à l'ancienne. **J'aime bien choquer en fait.** Un jour arriver hyper sobre tu sais vraiment baskets noires, jean levis, cuir ceinture, genre le mec comment dire, calme tu vois, et

le lendemain je viens complètement débraillé. Mais au final je le contrôle, et c'est ça qui est cool. Il y en a qui vont penser : mais c'est qui ce mec, comment il est habillé ? D'autres vont se dire putain l'enfoiré il a mis cette pièce l'enfoiré. Ça c'est une **compétition**. Les vêtements c'est vraiment une compétition. Par contre, même si je pourrais, je suis pas du tout dans le délire Balenciaga et tout. Genre y'en a plein ils pètent les louboutins, les balenciaga et tout, les trucs... genre pour moi c'est du **foutage de gueule**. C'est des athenis. C'est des athenis. Ce que ma mère m'achetait quand j'étais petit à 5e et je devais tenir 6mois avec. C'est du foutage de gueule. Ya pas de travail sur la pièce. Une pièce qui coute cher c'est simple, soit tu paies la fabrication, soit tu paies la marque. Après c'est qu'une question de pourcentage. Là c'est 95% de la marque que tu paies. Et quand je vois les mecs habillés en mode : ha t'as la dernière pièce ?

C'est cool, mais la dernière pièce elle est pourrie en fait. Tu prends Kanye West, les yeezy. Il vient de ressortir une collection.. je sais pas sur twitter y'en a beaucoup qui font de fausses images, qui se font passer pour des CM alors que c'en est pas du tout.. en mode il a créé une pompe et ya keshua qui a retweeté « he mec, ça fait 5 ans qu'on fait ça, réveil » en français j'ai ri quoi. C'est vrai quoi, la yeezy ya aucun boulot dessus, c'est toujours la même paire avec 100e de plus. Je trouve ça horrible quoi en fait. C'est vraiment prendre les gens pour des cons. C'est vraiment des marques de luxe... mais restez dans le luxe les gars. De base, le luxe c'est des goûts de merde déjà. Entre guillemets tu vois. Et les gens s'y sont fait, évidemment, t'as des bonnes pièces tout ça.. et là ils perdent de la vitesse, parce que les gens se rendent compte que la mode change et que tu peux avoir un style de dingue en allant.. je dirai pas chez Decathlon, mais en allant chez Nike ou chez Adidas. Adidas ressort des éditions originales des années 90, genre les vieux kaway etc et les marques de luxe voient ça.. et que Adidas bah ouais certes ils sortent une veste a 250e mais ça vaut le coup quoi. Du coup ils se mettent à leur hauteur, pour moi c'est que du commercial...

Pour moi, les vêtements c'est beaucoup l'état d'esprit, l'humeur du jour, classique.. entre guillemets, t'es « équipé » pour aller dans certains endroits. Tu va pas à certains endroits habillé d'une certaine manière. Je sais pas tu tapes une soirée sur Paris, tu vas pas t'habiller comme si t'allais j'sais pas à une expo tu vois. Genre en fait pour moi **ça doit être calculé, c'est calculé**.

M : Et du coup si tu vas à un concert de trap tu t'habilles comment ?

A : [rires] ça dépend d'où vient le mec, clairement je pousse jusque là. Si c'est de la trap genre... un français je m'habillerai... genre **je m'imaginerai comment sont habillés les mecs à l'intérieur**, et moi j'aime bien penser, **faire penser aux gens que je m'habille pareil**, et je rajoute une touche, un truc choquant tu vois. Ouais nan du coup je pense bah si c'est un français, je sais pas une paire d'air force one, plus air max 96 avec un Levis, 2 ourlets. Polo et cuir. Alors que si je vais avec un américain, ça serait plus ouais chaussures archi colorées tu vois, une spéciale, que tu sors pas souvent. Survêtement adidas original, avec les bandes

sur le côté, les vestes à capuche que tu mets par en bas, que tu enfiles et tu sais ya une poche devant, ça direct. Et je sais pas... ouais casquette, un truc comme ça. Après ça dépend c'est où, mais bonnet où délire comme ça. Tu te mets clairement **dans le moov**. Et après sinon t'essaie d'improviser...

2. Rapport à la musique

M : Quelle est la place de la musique dans ta vie ?

A : Elle est énorme. Comme je te disais tout à l'heure en intro, venant d'un milieu où j'écoutais énormément de musique... je suis complètement dingue. Romane est allée au concert de Roméo Elvis, je devais y aller et en fin de compte je suis là et je sais même pas pourquoi j'y suis pas allé... j'sais plus. En gros, elle elle bouge beaucoup et là ouais je suis en compète avec elle. Quand on se voit, parce qu'on se voit pas souvent, c'est qui balance le plus de nouveaux artistes, « est ce que tu connais ça, est ce que tu connais ça ? » et là j'la regarde, et je lui dit oui oui, non ha j'ai perdu. Tu vois, c'est un jeu de ouf. Et après on écoute ça, et même les parents à côté ils écoutent. Bon la dernière fois – j'ai gagné ce coup là – c'était la BO de Sons of Anarchy. Genre de l'alternatif. Et ouais on a écouté ça et tout. Tout ce que je fais, j'ai appris, tout ce que je fais c'est lié à une musique. Pas niveau paroles, mais niveau humeur. Niveau ressenti. Clairement. J'en écoute tout le temps. Je suis revenu hier de Strasbourg, 5h, bah c'était 5h de musique à fond, de tous les styles. Et au début, fin parce que c'est pas venu tout de suite cet amour de la musique, mais avec le temps, je me disais putain, merde ça commence à être chaud je connais tout l'album et les paroles par cœur. Et là je me rends compte en 5h j'écoute 380 musiques et je connais les paroles de 300 quoi. Pour moi, c'est dans la même catégorie que quand tu regarde une série, c'est tout ce que je fais, c'est musique. Le soir, quand je rentre, je suis au taquet tout le temps, si ça sort pas je suis pas content, si ça sort faut que j'écoute tout de suite, si un pote à pas écouté je suis énervé, et vraiment c'est... là dernièrement, Medine il a sorti son album « Story Teller » et c'est un mec que j'écoute depuis très très longtemps.. je suis vraiment à l'affut. Il y en a qui sont à l'affut genre sur le foot, les résultats, moi c'est la musique. C'est une putain de passion quand même.

M : Et comment tu écoutes ?

A : Téléphone exclusivement. Je suis surtout sur Google Play parce que je suis sur Android et ça va hyper vite, la qualité du service est nickel, ya une bonne mémoire interne, c'est rapide à télécharger. Du coup c'est pas la mémoire de ton téléphone. C'est comme deezer, exactement pareil. Comme presque toutes les plateformes, sauf soundcloud. Mais ouais ça rend pas mal. Je pense je suis à 20 albums que j'écoute tout le temps... Ya pas de clips. Pour ça c'est que youtube. Parce que bon maintenant ya presque que ça. Après si je veux connaître des artistes vraiment pas connus, je vais dans les vieux dossiers de Vice, ça je kiffe, je m'y plonge à fond. Parce que tu sais les reportages Vice c'est vachement atypique, t'as des trucs qui sortent de l'ordinaire. Et parfois t'as de la musique, c'est vraiment lié à la musique Vice. Et à chaque fois que j'entends

un truc je me dis ils mettent que des putains d'artistes [il compte] 31. 31 albums que j'écoute tout le temps tout le temps. Après forcément il y a les favoris.

M : Comment tu t'informes ? Tu suis des médias ?

A : Alors déjà sur **facebook** ça t'en dis beaucoup, dès qu'il y a un problème dans la sortie d'un album, il y a des relais, notamment ce qui est Français ou autre, Buska P tout ça les médias basiques on va dire, fin qui se sont fait leur place, qui font du super taff. Il y a un mec que je suis beaucoup, c'est Baloo. Tout le monde le suit parce qu'il est drôle, que c'est un **influenceur** et tout, mais moi je le suis parce que dans ses stories instagram genre il est à l'affut à 1000%. Par exemple la sortie de la nouvelle chaussure de Kenye West, bah direct.. ça faisait 5mn que ça avait été annoncé et bam il rebalance. Du coup, ouais en fait c'est pas des médias que je suis mais plutôt des mecs qui sont passionés. En fait ils me machent le boulot. Des influenceurs qui ont les mêmes goûts que les miens. Il y en a qui vont les suivre pour leur humour, moi je les suis car ils sont trop à l'affut.

M : Que tu aimes le moins ? Pourquoi ?

A : La dernière fois j'ai trouvé un truc que je pouvais vraiment pas écouter... en fait j'essaie de faire tous les styles musicaux, mais y a des artistes que j'aime dans tous les styles, mais on va dire ouais le truc que j'écoute le moins clairement c'est le classique. J'ai du mal genre... la country, mais en même temps j'ai envie de te dire qui aime la country ? Le free-jazz ouais j'ai du mal. Parce que ça répond pas aux codes que j'ai appris depuis toujours. Mais c'est leur délire. L'énergie c'est un truc de malade, mais je peux pas.

M : Et ce que tu préfère ?

A : Ce que je préfère... je suis partagé entre métal et rap français en fait. Mais je dirais rap français quand même ouais ouais ouais.

M : Comment tu définis un « style musical » ?

A : Un style musical... par exemple... déjà c'est forcément répondre à des codes. Euh, que ce soit culturels, vestimentaires, gestuels tout ça. En fait par exemple culture sud africaine, je sais pas si tu connais les ZEF, mais tu peux pas faire des ZEF si t'as pas la dégaine, si t'as pas le truc tu vois. Tu peux pas faire du métal si t'as pas un nœud pap tu vois. Pour moi il faut.. clairement ya eu des pionniers, et style musical, dans ses origines tu les piques aux pionniers, tu suis leurs traces et ensuite tu créer ton propre truc. Je dirais forcément le type d'instruments, le type de vêtements, le type de voix... Ouais **les vêtements**... ouais c'est compliqué. J'aimerais trouver les mots... mais ouais, **c'est l'appartenance à un mouvement. Pour moi c'est ça. T'es un mec de métal, bah t'en as l'attitude.** C'est comme les peintres peut être. Ceux qui font du réalisme ils ont peut être un style particulier etc.

Annexe no 11 – Entretien no4 – Joséphine, 22ans – 18/05/2018.

1. Présentation générale

M : Te présenter (ton prénom, âge, où tu vis, ce que tu fais, et ce que tu aimes faire)

J : Je m'appelle Joséphine, j'ai 21 ans, bientôt 22. Je suis **parisienne** d'origine, mais j'habite à Laval en ce moment dans le 53 en Maïenne. Je suis en Master 2, je finis mes études plus orientées 3D. L'intitulé de ma formation c'est Management des technologies interactives et ce que j'aime faire dans la vie sinon, c'est la **musique**, j'aime bien tout ce qui est formes d'**arts** en général. J'aime beaucoup la danse et je pense que ouais, la musique, j'ai toujours été sensible à la musique en général depuis que je suis **toute petite**. Récemment là l'**informatique** j'aime bien, jouer aux jeux vidéos voilà...

M : Comment définirais tu ton état d'esprit ?

J : Je suis plutôt une personne **motivée** en général, pour faire des projets, sortir, je suis plutôt dans un état d'esprit **extraverti**. J'aime bien aller **rencontrer** les gens, j'aime bien rencontrer de nouvelles personnes, aller vers les autres... Après, bah j'ai mes hauts et mes bas mais en ce moment je suis plutôt motivée par un projet professionnel.

M : Comment définis tu la culture européenne ?

J : Pour moi, c'est une culture qui est très **individualiste**, donc pour moi on est dans une famille, on appartient à une **famille**. Après on peut faire le choix de s'en séparer ou d'être en conflit avec, mais on appartient à une famille. Quand on se définit sur les registres administratifs on commence par son nom de famille, même dans le système scolaire on est avant tout un nom de famille et un numéro avant d'avoir son prénom. Bah le but dans la vie c'est de **travailler, faire ses études**. J'ai l'impression que le but dans la culture européenne c'est d'arriver à **devenir autonome, gagner de l'argent** et ensuite **reproduire** ce **schéma social** tout au long de sa vie. **Être différent** c'est beaucoup **plus dur** j'ai l'impression dans la culture européenne, même si il ya une certaine tendance à dire que non en ce moment et qu'il y a beaucoup de progrès sur ça. Mais j'ai l'impression que quand on fait le choix d'être différent... par exemple de rien faire pendant 6 mois, on va parfois être plus **jugé**. Voilà.

M : Française ?

J : Bah un peu ce que je viens de dire. Après la culture Française, pour reprendre sur ce côté familial, l'avantage c'est qu'on est **très attachés aux moments familiaux** : les repas ça fait partie des choses à ne pas manquer, quand on fait des repas en famille généralement c'est assez long... Je dirais juste que quand je pense à la culture française, je pense vraiment à la **gastronomie**, tout ce qui est repas en général. C'est

vraiment le truc que **je ne retrouve pas dans d'autres cultures**. Je pense qu'on aime bien **critiquer** en France, on est **jamais content de ce qu'on a**. Et puis bah on fait partie de la culture européenne, genre **capitaliste**, travail, blabla...

M : Etats unienne ?

J : Je pense que c'est encore **plus individualiste**, pas comme en **France** où on peut être **solidaire** etc donc grosso modo, là bas, t'as pas le choix. Quand t'es **jeune** et que t'arrives dans les études, si tu veux en faire, bah déjà t'es **endetté** car tu dois demander un prêt à la banque. J'ai l'impression que c'est plus les **banques** en fait. C'est vraiment l'archétype du **capitalisme** : ta vie ne tourne que autour de ça. Mais sinon j'ai l'impression que tu peux plus un peu **faire ce que tu veux**. Ce qui est génial là bas, c'est qu'il y a beaucoup de choses **privées**. Il y a pas vraiment d'axe, dans le sens où tu dois faire partie d'un modèle ou d'une case, bah du coup je pense que tu peux plus, par exemple si tu veux changer de cursus, je pense que tu peux plus **te le permettre**. Les gens vont **pas forcément te juger**, c'est **mieux vu qu'en France**. Je pense que c'est vraiment une culture de **l'excès**, c'est un pays **conquérant** : ils aiment bien étaler.. je pense qu'ils n'aiment **pas trop critiquer** leur pays, en général, même s'ils ont conscience qu'il y a des failles... Mais j'ai l'impression que quand tu es américain tu es assez **fier** de l'être en fait. Moins que les français, dans ma génération en tous cas j'ai l'impression que les Etats Unis ça représente toujours un espèce de fantasme. On va se faire plein de biff, on va gagner plein d'argent. Fin bref, c'est le échos que j'ai autour de moi, des gens qui ont mon âge.

M : Asiatique ?

J : Je la connais un peu moins, je connais juste la culture indienne, parce que la culture asiatique finalement c'est assez dur parce que en fonction des régions, c'est totalement différent. Je sais que l'Inde c'est une culture marquée par les castes encore, donc très sur la religion, sur le respect des coutmes. Donc tu peux pas trop te permettre d'être différent. Par exemple sur l'orientation sexuelle, je pense que c'est tendu d'affirmer son homosexualité, quand t'as pas tes parents qui te soutiennent parce que là bas toute la famille vit sous le même toit généralement... En fait je dirais que c'est toujours une culture axée sur la religion, très familial, mais après ils sont très accueillants, ils sont hyper chaleureux, ils t'accueillent comme si t'étais un membre de la famille, mais il te font comprendre, mais je pense que c'est un peu partout, que tu restes un étranger. Tu seras jamais indien. T'es un blanc ou n'importe qui mais même moi qui ai de la famille en inde je pourrais jamais me dire que je suis indienne, je suis pas née là bas, je parle pas leur langue, c'est une grosse barrière.

M : Images Asie ?

J : Je sais pas pourquoi mais les **éléphants**, sinon je vois vraiment des paysages un peu oniriques très beaux,

qu'on peut retrouver dans des films, même la culture **ninja, samouraï**, fin je sais que je vais vraiment reproduire des clichés cinématographiques que j'ai vu dans des films, car comme je n'y suis pas allée, à part en Inde, je peux que fantasmer. En film, je pense à Tigres et dragons, je pense que c'est plutôt chinois pas que ce soit japonais. Ce qui me fait kiffer dans ces films c'est toujours les paysages, tellement sublimes avec les montagnes. Même les gens sont très respectueux, j'ai l'impression qu'ils vivent au ralenti. Mais ça je pense que c'est les clichés qu'ils veulent nous montrer. Après je pense forcément à la gastronomie car je suis une fan de la cuisine asiatique. Je pense que c'est très épicé par rapport à ici, c'est un truc que j'ai envie de découvrir, des associations de saveurs qui ne sont pas possibles ici. Mais ouais culture asiatique, je pense que j'imagine moins des gens que des paysages, la faune, la flore, voilà..

M : Comment définirais tu ton style vestimentaire ?

J : **J'aime bien tout ce qui est marque**, je pense que je suis comme tout le monde, qui ont des vêtements prêt du corps, assez bien cintrés, qui mettent en valeur le corps et qui sont des belles pièces originales. J'aime pas avoir l'impression de m'habiller comme tout le monde mais d'un côté c'est inévitable. J'aime bien Zara, Mango, après en marque française... bah j'avoue je sais pas. En fait quand je vois un truc qui me plaît, je réfléchis pas trop à la marque, j'aime bien les trucs originaux. J'aime bien les trucs qui passent partout, tu peux te ramener en soirée, la journée comme en cours, comme en taff, les vêtements un peu passe partout mais colorés, j'aime bien. M'habiller tout en noir c'est pas possible. C'est trop badant. J'ai l'impression d'être habillé comme tout le monde à Paris. Ils sont tous habillés en gris, en noir, en blanc..

M : Marques de streetwear ?

J : Bah la base c'est **Nike**, Adidas.. j'avoue c'est des marques que je trouve assez cher, donc généralement quand j'ai des trucs d'eux, c'est des chaussures, les baskets c'est ce que je porte le plus. Je porte vraiment que des chaussures, j'irais pas jusqu'à acheter la panoplie complète parce que ça coûte un peu trop cher. Franchement niveau financier c'est pas possible, mais j'avoue qu'il y a des pièces parfois genre des joggings qui passent trop crème et si tu mets ça en arrivant au taff, les gens vont pas te dire « ouais t'es venue en jogging », c'est des joggings trop classes, entre le jogging et legging, près du corps. Je pense que Nike j'aime bien.. *Pourquoi* : je pense que c'est eux qui font le plus de pub et que naturellement je vais être plus impactée, je suis pas qqun depuis un an qui regarde beaucoup des sites de fringues, donc je pourrais pas te dire des marques, de hypster, genre des marques qui existent pas ici. Mais comme je vois les pubs, je regarde s'ils ont fait des soldes. Mais je suis pas portée à fond sur mon style, même si j'aime bien les trucs décalés. Mais j'avoue que je m'en fou un peu.

2. Rapport à la musique

M : Quel est ton rapport à la musique ?

J : J'en écoute tous les jours déjà, après j'aime bien pas trop me conforter dans un style musical, écouter de tout. Quand je travailler et que j'essaie de me concentrer par exemple, en openspace ou beaucoup de gens discutent en même temps je vais écouter plus de la musique classique, de la musique électronique genre minimal, qui va me permettre d'être dans une ambiance où j'entends pas les voix et ça me permet de me concentrer. Sinon j'aime bien en soirée écouter des trucs qui bougent avec beaucoup de basses, de rythmes, donc là je vais dire la trap, la musique électro techno un peu moins, les gens aiment moins c'est plus risqué. Après le hip hop c'est plus simple je trouve. J'ai l'impression que les gens vont moins se plaindre. Sinon pour me détendre j'aime bien le jazz, la musique brésilienne, la musique africaine aussi, enfin le seul truc que j'écouterais pas ce serait le zook, les musiques latinos, et j'écoute pas trop la radio. La seule que j'écoute c'est OuiFm ou Nova je crois. Mais voilà. Je réfléchis pas trop.

M : Quelle est l'influence de la musique dans ta vie, la place ?

J : Bah déjà mon premier réflexe, quand je suis énervée par exemple, c'est de mettre mes écouteurs pour écouter de la musique, ça me met dans une situation de créativité. Je trouve que c'est une bonne influence, ça me permet de me détendre et de penser à autre chose, même quand je comprends le texte. Comme j'ai fait des études littéraires avant, j'aime beaucoup l'analyse des textes qui peuvent être rappés, chantés, slamés dans les chansons.. Après une soirée sans musique pareil, je trouve ça bizarre. En fait, j'écoute de la musique tout le temps, donc ça m'influence. Quand je vais travailler, si j'écouter une musique mineure, ça va peut être m'influencer de manière négative, je vais être un peu plus philosophique, questionner tout... Je pense qu'évidemment ça influence les émotions, c'est sûr.

M : Quel styles de musique écoutes tu ? Le plus ?

J : J'aime bien le rap français en ce moment, mais il est un peu sur le mode de la trap.. donc je pense que j'aime avant tout le texte, c'est pour ça que c'est ce que je préfère, comme j'ai pas un niveau d'anglais de malade, j'ai la flemme de regarder les paroles tout le temps. J'aime bien Vald, Lomepal, ça me fait rire, Django.. En fait j'aime bien les artistes qui ont des paroles à la fois décalées et qui ont du sens, ce sont des artistes qui se veulent un peu marginaux. Genre Lomepal, il se maquille, il fait ça parce qu'il a envie de plaire à son public, mais j'aime bien l'image de sa pochette d'album, c'est décalé par à ce qu'on peut voir. Parce que le rap français c'est parfois assimilé à des mecs comme Booba, Kaaris, qui insultent tout le monde, sont dans des trucs mégalos, là c'est le rap français « nouvelle génération » que j'écoute.

M : Que tu aimes le moins ? Pourquoi ?

J : Bah du coup la musique latino un peu « débile », dans le sens où les paroles me font chier rapidement, c'est un peu mielleux « viens danser avec moi », « j'adore ton corps »... Toujours un peu tout le temps la

même chose. Mais c'est peut être parce que j'ai pas eu les bons titres. Le zouk ça me fait rapidement chier.

M : Un « style musical » ?

J : Un style c'est représenté déjà par les artistes, donc qui ont plus ou moins les mêmes codes et qui vont s'influencer les uns les autres... des thèmes qui vont revenir dans les musiques.. certains rythmes communs. Si tu arrives à retrouver les mêmes codes musicaux dans un groupe d'artistes je pense qu'ils font partie d'un même style.

M : Comment en général, aimes tu découvrir de la musique ?

J : Je passe par l'application Spotify, il y a un algorithme qui permet de générer des playlists découverte, il te propose des trucs un peu comme youtube, il se base sur tes goûts. Donc en ce moment je découvre que des musiques comme ça car j'ai pas le temps. Avant, quand j'avais le temps, j'allais tout le temps sur Youtube, de Soundcloud, j'allais tout le temps sur des réseaux sociaux un peu de streaming, mais je vais pas aller du tout dans des boutiques physiques pour faire ça, c'est pas mon truc. Pour moi la musique, c'est un moment de détente et dans un magasin physique.. je vais avoir l'impression qu'un vendeur va venir me saouler, essayer de me vendre quelque chose alors que j'ai pas forcément envie d'acheter, juste d'écouter pour écouter. Je trouve que le meilleur endroit pour faire ça, c'est chez soi, quand t'es seul, que t'écoutes et que t'es bien concentré. C'est pour ça que Spotify et tout de plus en plus c'est génial, car t'as juste besoin d'une connexion wi-fi et après tu peux faire ce que tu veux. Mais si j'avais eu un truc à vinyle, j'aurais aimé aller checker les trucs, mais j'ai pas trop le temps.

M : Qu'est ce qui t'influence ?

L'originalité, ce qui me surprend. Comme j'écoute beaucoup de musique, si je trouve que c'est tout le temps la même chose, je vais rapidement passer à une musique suivante. Ce que j'adore, c'est quand j'écoute des albums qui ont un fil directeur, une cohérence, et qu'il fallait respecter un ordre, je vais adorer écouter l'album en entier. Je vais adorer l'artiste parce que je vais avoir l'impression que le mec a voulu me montrer quelque chose, qu'il a respecté un ordre pour me transmettre et me dire quelque chose

M : Qu'est ce que tu pense des concerts ?

J : J'ai pas la chance d'y aller beaucoup, mais j'adore. C'est un moment de plaisir ultime. Je pense que je fais partie des gens qui pourront claquer facilement 50 euros pour une place de concert, c'est un bon investissement, il y a une osmose de groupe qui est incroyable. Même si tu connais pas les gens, les gens kiffe tous la même musique sur le moment, il y a l'artiste qui est archi chaud, qui chauffe la salle, et en fait à la fin, je sais pas, tu rentre en transe, et c'est incroyable de ressentir ça. Enfin si je pouvais ressentir ça au moins une fois par semaine ce serait incroyable. Voilà.

M : Quel type de concerts aimes tu le plus ?

J : J'aime bien les concerts dans des petites salles, parce que j'ai l'impression que ça va être plus authentique que genre le Zénith ou Arena où là j'ai l'impression que c'est trop commercial, voilà. En fait, moins il y a de gens, mieux c'est, car j'ai l'impression qu'on va être plus proches. Ma dernière expérience c'était le concert de Kohh et j'ai trop kiffé car c'était pas très grand et la salle était bien foutue dans le sens t'avais un bar, tu pouvais sortir sur une petite terrasse, et en fait quand il y avait le concert à son plein, tout le monde était trop chaud, on faisait tous des pogos, mais voilà il y avait quand même un peu d'espace. Si j'avais envie de sortir du truc je pouvais, je pense que trop de gens ça m'affole un peu quoi.

M : Qu'est ce que tu as pensé de ce concert ?

J : J'ai vraiment aimé même si c'était court, parce que l'artiste est resté que 1h je crois, et bah en fait j'étais un peu sur ma fin, genre merde, revient, moi je suis venue pour te voir, mais c'était cool parce qu'en fait avant il y avait en ouverture des artistes français qui faisaient un peu le même genre musical que lui, enfin... c'est un peu.. bon bref, mais euh fin, ils faisaient un peu de la trap, du rap et tout, et c'était des mecs qui parlaient français, du coup c'était sympa parce que ça permettait de découvrir des trucs. J'ai grave kiffé parce que l'artiste que j'étais allé voir il savait déjà se faire attendre et en plus de ça il savait vraiment bien chauffer la salle, fin il savait que tout le monde était venu pour le voir et il s'en amusait pas mal quoi.

3. Moments et moyens

M : Combien de temps passes tu à écouter de la musique par jour ?

J : Ça peut aller de 1h à 5h par jour. Facilement. Mais minimum 1h. C'est généralement l'après-midi que j'écoute de la musique, parce que le matin j'aime pas trop, ça va vite me mettre dans un état d'esprit détente, donc le matin j'aime bien me dire non, reste concentrée. Et puis le soir, pourquoi pas avant de m'endormir.

M : Avec qui aime tu écouter de la musique ? (seule, pote) ? Mêmes goûts que toi ?

J : Bah j'aime bien écouter de la musique avec mes potes, je pense que j'aime bien écouter de la musique avec des gens que je connais. Comme j'aime en parler, c'est toujours plus plaisant avec des gens que tu connais, tu sais à peu près sur quelles positions ils vont être.. après en soirée évidemment j'aime bien écouter de la musique avec des gens qui sont chauds pour danser. Mais pour moi c'est partagé, ça dépend dans quel état d'esprit tu es avant d'écouter une musique : si tu as envie de parler avec de la personne, tu vas pas mettre de la musique ultra fort, parce que la première activité c'est de parler. Faut pas que la musique pollue le débit de parole... Je sais que par exemple, quand j'avais des rdv et qu'on savait pas trop quoi faire, type au début c'est un peu intimidant et tout, le truc qui revenait pas mal c'était « ouais, t'écoute quoi comme sons ? », ha vas-y fais moi voir.

M : Sur quels supports ?

J : Généralement, c'est soit Spotify depuis que j'ai un abonnement premium, avant c'était Youtube, et puis il y a eu Deezer.. donc avec mon téléphone. Avant avec une chaîne hi-fi, mais c'est pas compatible avec mon mode de vie, je bouge tout le temps. Même un walk-man, un ipod ou un truc lecteur mp3 ça va pas être ma démarche d'aller chercher ma musique, les télécharger, les mettre sur un truc. J'ai pas le temps. Je préfère faire du streaming, c'est beaucoup plus pratique.

M : Combien d'argent investis tu par mois pour ta consommation de musique ?

J : Du coup 7e, c'est le cout de mon abonnement sur Spotify. J'achète rarement, j'achète pas d'album en fait je crois.

M : Que penses tu du système d'abonnement sur les pure players ? (spotify etc etc)

J : Bah c'est bien, ça permet aux étudiants, enfin c'est mon profil, de pas trop claquer de thunes.. Si je devais payer à chaque fois que j'écoutais une musique, j'aurais plus de thunes, je crois que je mangerais plus. Ça me permet vraiment de découvrir et de pas penser à l'aspect financier du fait de payer des droits d'auteur et tout, là je me sens pas coupable, je me dis que je pirate pas, qu'il y a quand même une petite rétribution à l'artiste. Je possède pas la musique, mais au moins je peux l'écouter, je m'en fou j'ai pas l'album, vu que j'écoute pas de CD. Avant je téléchargeais, mais je suis contre. Pour moi, c'est niquer un artiste, parce que je me mets à sa place, je sais pas c'est horrible, c'est travail gratuit. En plus comme tu piques son travail, tu connais même pas ses fans, tu sais pas qui t'as téléchargé, donc t'as pas de reconnaissance. Pour moi c'est un acte de consommation pure et c'est pas cool de faire ça. Mais quand t'as pas de thunes et qu'il y avait pas les solutions streaming avant tu faisais comme tout le monde. J'achetais de la musique, mais j'achetais juste à la musique, donc 99cts sur Itunes et je claquais genre trois balles, mais j'écoutais tout le temps les même musique. Ça me soulait donc j'écoutais la radio, mais la radio il y a que de la pub, donc ouais, je pense que la solution streaming ça m'a permis de souffler et de me faire kiffer sur ma soif de découvrir de nouvelles musiques.

4. Artistes et cultures

M : À quel point te renseignes tu sur les artistes que tu écoutes ? Pourquoi et comment ?

J : Ça dépend. Je vais bien aimer voir les clips, genre la scénographie de l'artiste en général, j'aime beaucoup. Ça me fait rire, pour moi c'est un jeu, surtout les rappeurs, fin je parle des rappeurs français parce que c'est surtout ce que j'écoute en ce moment, ils jouent des jeux, ils se foutent de la gueule de tout le monde, il y a un peu des messages cachés qu'il faut essayer de décoder donc ça va m'en dire un peu plus sur la personnalité de l'artiste, plus c'est décalé, plus je kiffe. Après parfois ça m'arrive d'aller voir la vie, la

biographie de l'artiste pour essayer de comprendre d'où il vient. Par exemple je vais entendre des paroles qui parle d'un lieu je vais me dire pourquoi il parle de ça et tout. Mais franchement je pense que je me renseigne pas tant que ça sur l'artiste, je me fie à ce qu'il exprime dans sa musique et j'essaie de fantasmer un peu dessus, genre ouais parfois limite je sais même pas à quoi il ressemble. Fin je m'en fou de connaître sa tête parfois, comme je vais pas forcément à des concerts, je vais pas chercher à le rencontrer. Je suis pas la groupie de service qui va essayer d'aller rencontrer les artistes, sauf si c'est accidentel, ou que je vais kiffer.

M : Quels médias suis-tu pour te renseigner sur la musique ?

J : Je parle tout le temps de Spotify, mais il y a un onglet artiste donc tu peux voir des trucs, il y a aussi Genius c'est un truc pour lire les paroles, ça aussi c'est un partenariat avec Spotify donc je connais comme ça. Il y a Wikipédia, internet en général, et puis je crois.. sinon les journaux. Mais je sais que je regardais pas mal trax magazine, ça c'est plus pour la musique techno-electro, ouais non, je pense que je suis plus sur internet, les trucs libre d'accès. Je vais pas aller sur le site de l'artiste marketing...

Résultats généraux d'entretiens :

- volonté pour les plus adeptes, d'être perçu comme des adeptes d'un certain type de musique via leur apparence, leur langage ou style vestimentaire...
- importance des proches, réseaux sociaux, plateformes en ligne dans la découverte de nouveaux artistes (spotify, youtube) et en secondaire des médias et des influenceurs
- plusieurs attitudes : curiosité et diversité des styles écoutés (pour les auditeurs occasionnels) et suivi très pointu des actualités en la matière et quasi exclusivité (par phases parfois) de l'écoute de trap
- Les concerts ont tendance à être relativement courts, ou ils peuvent aussi faire appel au playback, ce qui va avoir tendance à frustrer les publics : ces derniers peuvent être venus de loin pour le concert, le regretter sur le plan financier, être déçu par leur artiste...

III. ENQUÊTE DE TERRAIN : ENTRETIEN QUANTITATIF

Annexe no 12 – Entretien quantitatif, ensemble des données recueillies sur GoogleForm

ÂGE

16 ans	17 ans	19 ans	21 ans	22 ans	23 ans	24 ans	25 ans	27 ans	29 ans	30 ans
2	1	1	1	6	6	9	4	3	2	1

SEXE

Homme	Femme
22	15

SITUATION GÉOGRAPHIQUE

Paris (2e, 3e, 10e, 12e, 14e, 13e, 16e, 19e) : 22

92, 93, 91, 95, 94 : 10

France : 5

NOMBRE D'HEURES PAR JOUR À ÉCOUTER DE LA MUSIQUE

Moins d'une heure : 8,3% (3)

Entre une heure et trois heures : 50% (18)

Plus de trois heures : 41,7% (15)

SUR QUOI ?

Youtube : 77,8% (28)

Soundcloud : 44,4% (16)

Téléchargement : 44,4% (16)

Spotify : 38,9% (14)

Deezer : 13,9% (5)

CD : 13,9% (5)

Vinyle : 13,9% (5)

Radio : 13,9% (5)

Apple Music : 8,3% (3)

Bandcamp : 8,3% (3)

Google Musique : 2,8% (1)

QUELS SONT LES GENRES QUE VOUS ÉCOUTEZ LE PLUS ?

1. Musiques électroniques, **rap**, chansons du monde, jazz, nouvelle vague française
2. **Rap**/disco/**Trap**/Afrobeat/afrohouse

3. **Rap**, punk, ska, funk, rythm and blues ...
4. **Hip-Hop**, Baile Funk, Rock, Future Beat, Afro Beat
5. Pop-Jazz-Electro-Classique-Rock-Blues-Funk
6. **Rap**, Rock, Jazz
7. **Rap, trap**
8. Rock, house, jazz, techno, expérimentale, **rap alternatif**, classique (tout dépend de ce que j'ai envie d'écouter sur le moment, mais en ce moment c'est plus du rock des année 70)
9. **trap**, witch house, ambient, future garage, vaporwave, post rock, post metal
10. Classique, **Trap**, Pop, Swing
11. **Rap américain**, anglais, jazz, techno, drum and bass, sub, trance
12. **hip-hop alternatif**
13. **Hiphop en général, rap, trap**, techno, synthwave...
14. disco, funk, jazz, électro
15. **Rap fr et us**
16. **Rap**
17. Classique, **R&B**, soul, folk, du monde(traditionnelle et actuelle), pop-rock
18. **rap/ grime/ variété française/muique latino**
19. Métal , **Rap US** , Jazz , et plusieurs autres de façon ponctuelle
20. **Rap/metal**
21. Jazz, **Rap**, Reggae
22. Jazz rock
23. **trap/rap us/ soul/ pop**
24. Pop, **rap**, electro, techno, jazz
25. Soul, Jazz, Reggae, **rap international** et musique classique
26. **Trap**, hip hop, électronique
27. **Hip-Hop** (Old school > **Trap**), Grime, Bass Music, Gabber
28. Baroque / Electro / **EDM / RAP**
29. Indie rock, indie pop, alternative rock
30. Indie Electro / Pop un peu / musique classique / Folk au piano
31. Rock (old-school et indé) , **Rap**, Electro, R'n'B, Soul, Jazz, Classique, Opéra...
32. classique
33. Electronique, **Hip-hop, Rap/Trap**, Classique, Rock, Pop
34. **Hip-Hop**
35. Pop, **rap** et electro

SUR QUELS RÉSEAUX SOCIAUX ÊTES VOUS ACTIF ?

Facebook : 86,1% (31)

Instagram : 61,1% (22)

LinkedIn : 36,1% (13)

Snapchat : 30,6% (11)

Twitter : 27,8 (10)

Google + : 2,8% (1)

SITUATION PROFESSIONNELLE

Étudiant : 61,1% (22)

Salarié : 19,4% (7)

Freelance : 5,6% (2)

Bénévole : 2,8% (1)

Alternance : 2,8% (1)

Fonctionnaire : 2,8% (1)

Pigiste : 2,8% (1)

Micro-entrepreneur : 2,8% (1)

AVEZ-VOUS DÉJÀ ENTENDU PARLER DE TRAP ?

Oui : 100% (37)

SI OUI, LA DÉFINIR EN 5 MOTS

1. Branche Rythme Fou Violent Trans
2. Rap, puissant, irrégulier, simple, efficace
3. Un style de rap qui se caractérise par son instrumental et une manière de rapper
4. Profond, Résonance, Banger, Rythmé, Explosif
5. Rap - Minimal - Boite - à - rythme
6. urbain populaire rythmé brutal electro
7. Genre, énergie, basses, mumble
8. Des bass fortes, des rebonds (à la manière des voitures qui rebondissent à l'ancienne) genre c'est "posé" et "cool" et en même temps ça envoie quand même
9. une sorte d'évolution du hip-hop, plus moderne, plus électronique, c'est en règle générale composé avec un logiciel contrairement aux beats hip-hop du début, donc on retrouve plus de sons synthétiques
10. Puissant, jouissif, lourd, réfléchi, travaillé
11. Tonique, agressif, répétitif,

12. Novateur, gangsta, acide, hard, rythmé
13. Genre dérivé du hiphop qui tape et ronbondit plus :)
14. violent rythmique africain défouler épiléptique
15. Ambiance bonne humeur pogo pull up
16. Ambiance, brutale, bruillante, ténébreuse, excitante
17. Afro-américaine, drogue, paroles, électronique, revendication
18. rythmes saccadés/ codéine/acide/"pixels"/ violet
19. De belles lyrics de Rap avec une instru un peu plus intéressante que les habituelles du Rap Us qu'on entend en boucle.
20. Beat, mix, drop, flow, mouvement
21. Rap avec un beat particulier
22. Je ne saurais pas vraiment... obscur ?
23. weird, cool, special
24. Rythmée puissante sombre entraînante kick
25. Electro-basse. Dynamique. Brut. Défouloir.
26. Variée, sombre, lumineuse, découpée, organique
27. Synchronicité du kick bass et sauvagerie
28. electro, deep, rap, bass, club
29. Trap = piège. Tout est dit.
30. J'en ai déjà entendu parler mais je suis incapable de dire ce que c'est.
31. Underground, agressive, répétitive, angoissante, électronique
32. urbain actuelle rythmée électronique basses
33. Dure, brute, linéaire, ambiance, hi-hat, 808
34. Musique qui ressemble à electro
35. Aucune idée
36. Bonne question...

QUAND/COMMENT L'AVEZ-VOUS DÉCOUVERTE ?

1. SoundCloud et en club, entre autre je crois (c'était la mode il y a 3ans)
2. je n'ai pas de souvenir hyper précis, je pense que j'ai commencé à en écouter quand j'ai découvert la witch house et la vaporwave, qui ont parfois des influences trap dans certains sous genres. J'en écoutais aussi un peu avant (genre gradur, booba) mais c'était plutôt pour rigoler
3. Grâce à mon cousin
4. En regardant de nouvelle suggestion
5. 2012

6. Sur les réseaux
7. par des amies
8. Je sais plus
9. Niska Trafiquinté
10. par ma super collègue
11. il y a 1an
12. En soirée
13. Lil wayne, ludacris, rick Ross
14. Youtube
15. Des amis ont tenté de m'expliquer. N'étaient pas d'accord entre elles !
16. en 2011 avec chief keef
17. Via des amis au collègue
18. Par des amis qui me l'on fait écouter en soirée principalement.
19. Playlists
20. TNGHT, je crois (partie EDM de la Trap, qui débarque sur les décombres du dubstep, j'ai découvert la partie rap Southside Chicago-Atlanta plus tard, y'avait Booba aussi)
21. Quasiment toutes les prods de rap sont de la trap aujourd'hui. J'ai appris ce terme via des sites de culture pop comme Konbini, inrocks etc (sites que je déteste au demeurant mais c'est un autre sujet).
22. Grâce/à cause deux amies
23. Par le biais d'un collègue DJ
24. par hasard, en cherchant un artiste de trip hop
25. cette année, aux états-unis, via des amis
26. Sur Internet, il y a quelques années
27. Youtube

EN ÉCOUTEZ-VOUS...

Beaucoup : 29,4% (10)

Parfois : 23,5% (8)

Rarement : 20,6% (7)

Jamais :20,6% (7)

Je ne sais pas : 5,9% (2)

CITEZ 5 ARTISTES TRAP

1. Lean Chihiro CardiB IAMDDDB PlayboiCarti ASAPRocky

2. Tyler The creator, lil peep, rich Bryan, Vince Staples, 6ix9ine

3. Migos, TNGHT, Sofian, Niska, Waka Flocka Flame
4. Xxxtentacion, Gucci Mane, Rick Ross
5. Ne peux pas
6. les membres de ASAP Rocky
7. XXX, ski, lil uzi, asap Rocky, famous dex, rich the kid
8. J'en connais pas, j'en écoutais sur des plate-formes qui faisait défilé des sons qui avait une sonorité trap de temps en temps
9. j'écoute surtout de la trap disons "alternative" qu'on retrouve dans des genres qui s'appelle wave /trapwave et vaporwave, dans ce genre là je peux citer Kyddiekafka, Hermei, Nxxxxxs, Wifi boys, Soudiere.
10. Bones, suicide boys, ghostmane qui sont cool aussi
11. Baauer, flosstradamus, rl grimm, odesza, je n'écoute qu'eux :/
12. A\$ap Ferg, Ant, tweelyy, 6ix9ine, rich the kid
13. Gucci Mane, Hudson Mohawke, Waka Flocka, Baauer, Keith Ape
14. Gucci mane le king, Soudière, High klassified, Metro boomin, Suicide boys, myth syzer, nxxxxs
15. aucune idée
16. Oulaaaa jsp
17. NAV, Gradur, Niska, Belly, collectif Trafiquinté
18. Kanye West, cardi B, jeezy, beyoncé
19. lil Uzi Vert/ future/gucci mane/ Migos/ young tug
20. J'en connais pas 5 mais au moins Gucci Mane et Young Thug
21. Rick ross, Kaaris, Young jeezy, Booba, Keith ape
22. MHD pour l'afrotrap et c'est tout
23. Ne sait répondre
24. Chief Keef, Guwop, Waka Flocka, L'A Capone, Fredo Santana (rip)
25. Rl grime
26. Gradur, Migos, MHD, OT Genesis, Keith Ape.
27. Atliens, Tynan, Qoiet, Migos, Ace Hood
28. rah la pute, TNGHT, Booba, 6ix9ine, A\$ap Ferg, Baauer)
29. Dur de répondre, je citerais des rappeurs avec des instrus trap (me semble t-il, je peux me tromper...)
30. XXXTentacion, Gucci Gang (??)... et plein d'autres rappeurs ! (de tête, dur de retrouver)
31. Je n'en connais pas.
32. Xxx
33. Je n'ai pas connaissance d'artiste en particulier
34. Gracy hopkins ... massive Attack d'une certaine manière ?
35. Future, Little Simz, YG, Wiz Khalifa, Tory Lanez

36. Je n'en connais pas
37. Pas de réponse
38. Aucune idée :/

CITEZ 5 TITRES TRAP

1. Magnolia Swerve Shade Look Alive Pick it up
2. Bagbak, 1 million won, I ain't got time, bleach (Brokhampton), wassup bro!
3. Walk It Talk It, Higher Ground, 93 Empire, Chasse à l'homme, Where It At
4. Ne peux pas
5. Gucci gang, goosebumps, location, xo tour life, moonlight
6. Je ne me souviens plus :/
7. Core, one touch, loyal, hate me, shake
8. Harlem Shake, FUSE, Waybach, HAM, Hard in da Paint
9. Les millions de type beats de soundcloud et youtube
10. Oulaaaa jsp
11. Re up, Call me, Matuidi Charo, sortez les pepom, Charo
12. codeine crazy/ it gi ma/bad and boujee/ Powerglide(est ce de la trap?)
13. Hustlin' Bugatti, it's g ma, kalash, 4g
14. Love Sosa, Hard In the paint, traphouse, Play for keeps, Sleepin in a mansion
15. Core, feel free
16. It G Ma, U guessed it, Bad and Boujee, Rap Monster, Cut it.
17. Bugatti, Jumpman, Witch Doctors, A Millie, Invasion
18. TNGHT - Acrylics, Baauer - Harlem Shake, A\$ap Ferg - Shabba, Booba - Kalash, Mr Carmack - Chargé (et tous les autres plus récents mais yen a trop)
19. Impossible :)
20. Je n'en connais pas.
21. je n'en connais pas
22. Je n'en connais pas
23. Pas de réponse

CITEZ 5 MARQUES SELON VOUS EN LIEN AVEC LA TRAP

1. Gucci Chanel Nike Adidas Louis Vuitton
2. Presque aucune idée...
3. Nike
4. Ne sais pas

5. Gucci, Versace, Supreme
6. Mmm je sais pas mais je dirais que ce sont des marques de streetwear principalement, mais le streetwear de luxe (après c'est ce que je m'imagine dans ma tête je suis pas une initiée)
7. on voit souvent les rappeurs avec des fringues gucci, dans des lamborghini, et des trucs de luxe quoi... je trouve ça un peu beau, je ne sais pas si c'est ça qui correspond le mieux au genre mais c'est souvent ça qu'on voit en ce moment en tous cas
8. TrapLord, Nike, cartier, gucci
9. Cadillac, LRG, Bape, jordan, Nike
10. Varsace, gucci, nike, ralph loren pour les adolescents blancs, off white
11. Gucci, Versace, Nike, Adidas, Louis Vuitton
12. adidas, nike, reebok, h&m, hermes
13. bape
14. BBC, suprême, palace, gucci, Nike
- 15 ... ne sais pas
16. Bape, Supreme, 88rising.
17. Adidas, Nike, Puma, Trap Nation, Dub Nation
18. Fila, Nike, Sergio Tacchini, Supreme, CDG, Off-White, Louis Vi Gucci, et j'ai zappé la tise wallah D.U.C
19. Hennessy, Ciroc, big up la fam
20. Reebok, Nike, Supreme...
21. Suprem
22. je n'en connais pas
23. Je n'en connais pas
24. Pas de reponses

DES ARTISTES FÉMININES ?

1. je n'en connais pas
2. Non
3. IAM ddb
4. Cardi B un peu maintenant, kodie Shane, sinon malheureusement rien ne me vient
5. Ne sais pas
6. Lean Chihiro
7. Cardi asian d bad babie
8. Je ne connais pas
9. Nicky minaj
10. Cardi b, saweety,

11. Cardi B, Nicki Minaj
12. beyoncé, cardi B, Lady gaga? ,Sia?
13. non
14. iamddb, danileigh, ciara
15. Cuban doll, Rico Nasty, kodie shane, city girls
16. Ne sais pas
17. Je n'en connais malheureusement pas.
18. Cardi B
19. Cardi BBBBBB <3 Nicki Minaj, Queen B, Bhad Bhabbie hahaha
20. Jorja Smith ? (pas sur) FKA Twig ? Baynks ?
21. Je n'en connais pas.
22. Little Simz
23. Pas de réponse

QUE PENSEZ-VOUS DE LA TRAP EN GÉNÉRAL ?

1. Majoritairement assimilée à de la pop culture, c'est un genre musical qui est présent et implanté sur tous les continents, et la plupart des personnes ne connaissent pas le mot trap sous sa vraie appellation mais le considère juste comme du rap
2. Style de musique qui me bouge énormément, et qui s'est décliné à pas mal de différentes versions, donc malgré tout varié. Génial en concert
3. C'est le "paradigme" rap actuel
4. Un avis assez varié selon les morceaux et les univers, mais de manière générale c'est cool !
5. Je ne connais pas depuis longtemps, et trop peu pour juger en connaissance, mais le genre ne semble rien présenter d'innovant (ni rythmiquement, ni mélodiquement), ne retient pas mon intérêt, puisque que je recherche dans le rap des textes que j'aime, ce que je ne trouve pas dans la trap
6. Je suis pas une initié, mais je vois que ceux qui aime le rap aime la trap en général
7. j'adore la trap underground et les styles de musique qui incluent des influences trap, je trouve ça super. Par contre la trap de gangster à la con qu'on entend ou qu'on voit à la télé c'est de la pure merde je trouve. Ce genre est hyper populaire en ce moment et on voit aussi beaucoup de jeunes hyper célèbre faire des trucs pas ouf, je pense à lil pump ou des gars comme ça par exemple. En tous cas j'ai l'intuition que ce genre va rester populaire un bon moment mais que ça ne sera pas les "grandes stars" de ce genre qui vont forcément le faire évoluer mais plutôt d'autres artistes issus de différents genres qui vont s'approprier les codes musicaux de la trap et faire naître de nouveaux genre hybrides qui deviendront peut être plus populaire par la suite et toucher le mainstream
8. J'adore, et ça me rend de bonne humeur !

9. Plutôt sympa mais très répétitif
10. Sans plus et difficile à définir
11. Cest lourd
12. Ce n'est pas du tout le genre de musique et de rythme que j'apprécie car c'est un peu trop "violent".
Mais je comprends tout à fait que cela puisse plaire, peut être faudrait il que j'écoute plus souvent ou que je me rende à un concert car ça a l'air d'être un genre de musique révélateur d'une certaine culture et mode de vie.
13. C'est pour un certain type de personne
14. C'est le feu. NAV et Belly te font planer tandis que Niska et Gradur te rendent dangereux.
15. musique revendicatrice, paroles provocatrices
16. original visuellement mais trop répétitif à mon gout
17. J'en écoute pas tous les jours mais je ne saute pas la piste quand je tombe sur une chanson non plus ,
18. j'apprécie en petite dose .
19. Un mouvement à part entière, qui influence le monde de la musique de différentes manières, de part le style vestimentaire en passant par la manière de parler, rapper, c'est toute une branche du hip hop qui est bouleversée.
20. Sympa mais ça fait vite pas à la tête
21. Obscur
22. Bonne musique de soirée
23. C'est un style de musique que j'ai beaucoup écouté pendant une période où je faisais quelques soirées.
24. C'est très agréable pour avoir une ambiance festive et s'amuser à 100%
25. Genre affirmé en cours de développement, éclectique et ouvert aux mélanges, declinable sous pas mal d'autres genres, commercial ou puriste..
26. J'aime en écouter hyper fort en club, cependant je pense que c'est une mode qui passera assez vite car manquant de renouvellement (je dis ça d'après le peu que j'ai pu entendre...).
27. C'est un peu comme de l'électro, avec moins de mélodie et plus de bruit ? J'ai l'impression que la trap est un courant de musique alternatif et émergent, qui s'inspire de l'électro (schémas musicaux répétitifs), de manière plus intense (rythme plus accéléré?). Certains artistes semblent issus de milieux sociaux populaires/contestataires et parfois violents. Je pense que les artistes sont essentiellement anglo-saxons et je suppose que ça a émergé aux USA (mais aucune certitude là-dessus).
28. Sans opinion je n'en écoute pas
29. Musique aux paroles "légères". Instrumentation simple ou travaillée selon les artistes. La frontière avec
30. le rap est assez mince.
31. Je ne la connais pas assez
32. Pas d'avis

IV. CAPTURES D'ECRANS (AUDIOVISUEL, PHOTOS...)

Annexe no 13 – Capture d'écran des résultats de traduction Google pour le mot trap

trap¹
/trap/ 

noun
noun: trap; plural noun: traps

1. a device or enclosure designed to catch and retain animals, typically by allowing entry but not exit or by catching hold of a part of the body.
"the squirrels ravaged the saplings, despite the baited traps"
 - the compartment from which a greyhound is released at the start of a race.
2. a situation in which people lie in wait to make a surprise attack.
 - a trick by which someone is misled into acting contrary to their interests or intentions.
"by keeping quiet I was walking into a trap"
synonymes: trick, stratagem, ploy, ruse, wile, deception, artifice, subterfuge, device, trickery, Plus
informal set-up;
archaic toils
"it is quite possible that the question was set as a trap"
 - an unpleasant situation from which it is hard to escape.
"they fell into the trap of relying too little on equity finance"
synonymes: ambush, lure, decoy, bait, Plus
dated ambuscade
"he was fairly certain now that he was walking into a trap, and wished he'd come armed"
 - snare, net;
cage, prison;
encumbrance, burden, problem
"she wrote about what a trap her marriage was"
3. a container or device used to collect something, or a place where something collects.
"one fuel filter and water trap are sufficient on the fuel system"
 - a curve in the waste pipe from a bath, basin, or toilet that is always full of liquid and prevents gases from coming up the pipe into the building.
 - a bunker or other hollow on a golf course.
4. a light, two-wheeled carriage pulled by a horse or pony.
5. a device for hurling an object such as a clay pigeon into the air to be shot at.
 - **HISTORICAL**
(in the game of trapball) the shoe-shaped device that is hit with a bat to send the ball into the air.
6. short for trapdoor.
7. **INFORMAL**
a person's mouth (used in expressions to do with speaking).
"keep your trap shut!"
synonymes: mouth, jaws, lips, maw, Plus
informal chops, kisser, yap;
informal gob, cakehole, mush;
informal puss, bazoo;
informal bake
"shut your trap!"
8. **INFORMAL**
(among jazz musicians) drums or percussion instruments.
"I played the traps a little myself once"
9. **INFORMAL · US**
a place where drugs are sold.
"a trap full of dealers"

verb
verb: trap; 3rd person present: traps; past tense: trapped; past participle: trapped; gerund or present participle: trapping

1. catch (an animal) in a trap.
synonymes: confine, catch, cut off, corner, pin down, drive into a corner, pen, hem in, close in, shut in, hedge in, imprison, hold captive
"a rat trapped in a barn"

- prevent (someone) from escaping from a place.
"Twenty workers were trapped by flames"
 - have (something, typically a part of the body) held tightly by something so that it cannot be freed.
"he had trapped his finger in a spring-loaded hinge"
synonyms : get stuck, **catch**, get caught
"he trapped his finger in a spring-loaded hinge"
 - **SOCCER**
bring (the ball) under control with the foot or other part of the body on receiving it.
"the ball bounced near Scott and he trapped it with his left foot"
2. trick or deceive (someone) into doing something contrary to their interests or intentions.
"I hoped to trap him into an admission"
synonyms : trick, dupe, deceive, cheat, lure, inveigle, beguile, fool, hoodwink, seduce, cajole, wheedle, gull; Plus
catch out, trip up, outwit, outsmart;
archaic cozen
"the politicians had trapped him into a game played by their rules"

Origine



Old English *træppe* (in *coltetræppe* 'Christ's thorn'); related to Middle Dutch *trappe* and medieval Latin *trappa*, of uncertain origin. The verb dates from late Middle English.

trap²

/trap/ ⓘ

verb **ARCHAIC**

verb: trap; 3rd person present: traps; past tense: trapped; past participle: trapped; gerund or present participle: trapping

put trappings on (a horse):
"gaily trapped mules"

Origine



late Middle English: from the obsolete noun *trap* 'trappings', from Old French *drap* 'drape'.

trap³

/trap/ 

noun **NORTH AMERICAN**

noun: trap; plural noun: traps; *noun*: trap-rock; plural noun: trap-rocks; *noun*: traprock; plural noun: traprocks

basalt or a similar dark, fine-grained igneous rock.

Origine

SWEDISH

SWEDISH

trappa  trapp  trap
stair. *late 16th century*

late 18th century: from Swedish *trapp*, from *trappa* 'stair' (because of the often stair-like appearance of its outcroppings).

Traduire "trap" en

Français 

noun

1. piège
2. trappe
3. siphon
4. traquenard
5. cabriolet
6. guépier
7. charrette
8. collet
9. box de départ
10. bagages
11. guet-apens

verb

1. piéger
2. emprisonner
3. coincer
4. bloquer
5. prendre au piège
6. tendre un piège

Usage de "trap" au fil du temps



 Moins

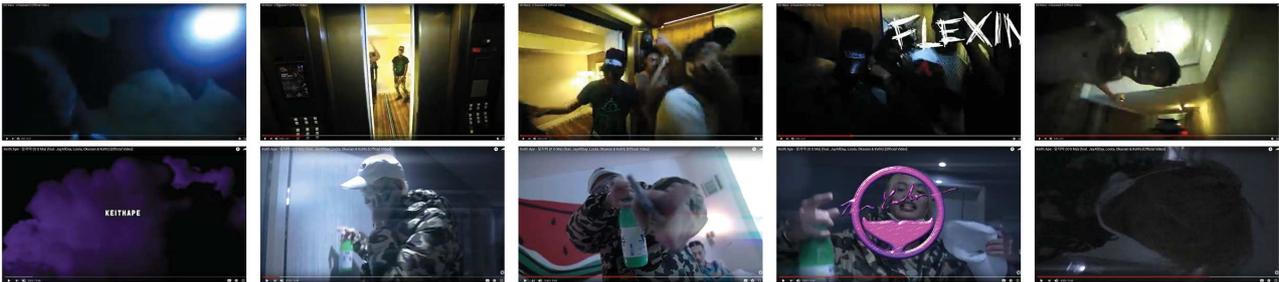
Commentaires

Annexe no 14 – Capture d'écran de posts Instagram de Cardi B et d'Asian Doll



Annexe no 15– Captures d'écran du clip d'OG Maco, U Gussed It (1ère ligne) et du clip de Keith Ape, It G Ma (2ème ligne)

Le clip de Keith Ape a été perçu comme un plagiat par OG Maco. Le tournage semble avoir eu lieu dans un hôtel similaire, et la chronologie du clip suit plus ou moins les mêmes étapes. On y retrouve des jeux d'ombre et de lumières, des ascenseurs, des sauts et gestuelles brutales, de la surimpression, des plans à l'envers...



Annexe no 16 – Capture d'écran de l'instagram de Lil Pump (illustrations de singles), de Migos et de Fat Nick



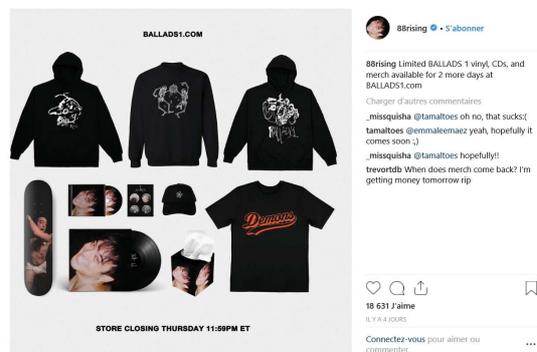
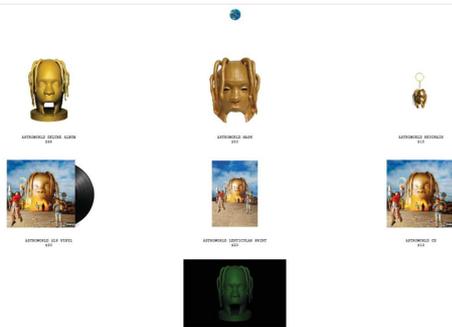
Annexe no 17 – Images extraites de la campagne VaporMax « Day to night » avec Travis Scott, 2017



Annexe no 18 – Costumes d'halloween de Cardi B novembre 2018



Annexe no 19 – Captures d'écran du site internet de Travis Scott, Shop – Astroworld (gauche) et d'une publication Instagram du label 88rising sur le merch de Joji, 2018



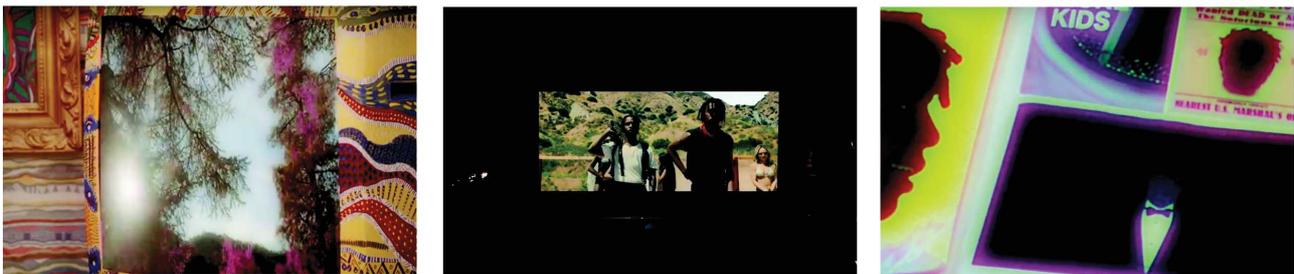
Annexe no 20 – Captures d'écrans de posts Instagram des bijoux d'Offset – Migos (gauche) et Lil Pump (droite), 2018



Annexe no 21 – Captures d'écrans de posts Instagram de Famous Dex pour annoncer une sortie de titre, Ski Mask The Slump God pour faire gagner des cadeaux, et de Smokepurpp pour l'annonce de sa tournée, 2018



Annexe no 22 – Captures d'écrans des clips de A\$AP Mob, Yamborghini High, Playboi Carti, New Choppa, Ski Mask, Baby Wipe, 2018



Annexe no 23 – Captures d'écrans du clips de A\$AP Mob, A\$AP Forever, 2018

**Clip qui se construit sur une mise en abîme presque infinie qui passe d'écran en écran* Il illustre selon moi la médiagénie de la trap.*



V. LES MARQUES DANS LES PAROLES D'OEUVRES

A\$AP MOB, *RAF* (Raf Simmons) et *Fashion Killa*, Rick Owen

A\$AP FERG, *Niggerace*

A\$AP FERG, *Mattress*, « Niggerace new Versace »

PLAYBOI CARTI : onomastique : jeu de mot sur le nom de famille (Carter) et sur la marque Cartier

PLAYBOI CARTI, *Fetti* : « Designer on my waist »

PLAYBOI CARTI, *Magnolia* : « Designer is on me »

BHAD BHABIE, *Gucci Flip Flops*

BHAD BHABIE, *Hi Bich* : « White J's, White Porsche »

CARDI B, *Bartier Cardi* : voulait l'appeler Cartier mais avait peur d'être poursuivie en justice, « party in a rari »

CARDI B, *I Like It* : « I like those Balenciagas, the ones that looks like socks »

LIL UZI VERT : onomastique : uzi = arme semi automatique de l'armée israélienne

LIL UZI VERT, *Bad & Boujee* : *Rarri* pour Ferrarri

LIL UZI VERT, *Xo Tour Lif3*, « Phantom that's all red, inside all white »

FAMOUS DEX, *Pitch it up* ft. A\$AP Rocky : « She like to suck on my glock » (pistolet)

FAMOUS DEX, *Japan* : « Theses red bottoms ain't no vans » (louboutins)

LIL PUMP, *Gucci Gang*

MIGOS, *Versace*

MIGOS, *Bad & Boujee*, emballages de fast-food Chanel dans le clip

RICH BRIAN ft 21 SAVAGE, *Crisis*, « Sitting in somebody's BMW, recording this », « not my whip, rather walk or take a Lyft » (Lyft : sorte de Uber)

RICO NASTY, *White*, « Spent 1500\$ at Off-White »

MADEINTYO, *Made in Tokyo*, « Uber everywhere »
MADEINTYO, *Skateboard P*, « Gucci on my feet, Gucci on my face »
SMOKEPURPP, *I Geek a Lot*, « VVS Diamonds »
MIGOS, *T-Shirt*, « Had to cop an Audi »
KEITH APE, *Achoo*, « Rolly on my wrist »
KEITH APE, *It G Ma*, « BAPE »
OFFSET, *Ric Flair Drip*, « Balenciaga, Valentino boots, Bentley » « Spend a coup' on my wrist » (le prix d'une voiture pour une montre)
TRIPPIE RED, *Love Scars*, « I just sit back in my Balenciaga, sippin that lemonade, mixin' it with Hennessy, dominatin' an enemy »
XXXTENTACION, *Moon Rock*, « Instagram »

VI. PLAYLIST ET CORPUS ARTISTES

KOHH, « Paris », Yellow Tape 3, Gunsmith Production, 2015
<https://www.youtube.com/watch?v=x-lJyQ5wZSQ>

ICHON, « Marche ou crève », #FDP, Myth Syzer, 2016
<https://www.youtube.com/watch?v=y7ramvn7PEg>

A\$AP Mob, « Walk On Water », Cozy Tapes Vol.2 : Too Cozy, A\$AP Worldwide, 2017
<https://www.youtube.com/watch?v=JQri8DPACB4>

T.I., « Trap Muzik », Trap Muzik, Atlantic Records, 2003
<https://www.youtube.com/watch?v=qXiJ0aePwhk>

YOUNG JEEZY, « Trap Star », Let's Get It : Thug Motivation 101, 2005
<https://www.youtube.com/watch?v=FgXBAnduGrc>

BIG SHAQ, « Man's not hot », Michal Dapaah, 2017
https://www.youtube.com/watch?v=3M_5oYU-IsU

67 ft GIGGS, « Let's Lurk », 6ix7, 2016
<https://www.youtube.com/watch?v=f10yTpZzuv4>

VALD, « YAX3 », NQNT 33, 2018
<https://www.youtube.com/watch?v=w0Z5nAN6jCs>

VALD, «Eurotrap», Agarth, 2016
https://www.youtube.com/watch?v=AjQbtKvi_Jw

XXXTENTACION, « Look At Me ! », 2017
<https://www.youtube.com/watch?v=wJGcwEv7838>

SCARLXRD « Heart Attack », JVCXB, 2017
<https://www.youtube.com/watch?v=OC7cNS0GINo>

FUTURE, « Mask Off », 2017
<https://www.youtube.com/watch?v=xvZqHgFz51I>

THE CARTERS, « APESHIT », 2018
<https://www.youtube.com/watch?v=kbMqWXnpXcA>

TRAVIS SCOTT, « Stop trying to be god », 2018
<https://www.youtube.com/watch?v=YqvCptqhHfs>

PLAYBOI CARTI, « Magnolia », AWGE, 2017
https://www.youtube.com/watch?v=oCveByMXd_0

FUTURE, « Codeine Crazy », 2015
<https://www.youtube.com/watch?v=7cDYyVohKwg>

A\$AP ROCKY, L\$D (LOVE X \$EX X DREAMS), Awge, 2015
<https://www.youtube.com/watch?v=yEG2VTHS9yg>

DRAKE, « Started from the bottom », 2013
<https://www.youtube.com/watch?v=RubBzkZzpUA>

RICH BRIAN, « Dat \$tick », 2016
https://www.youtube.com/watch?v=rzc3_b_KnHc

IAMDDDB, « KurrEncy », 2018
https://www.youtube.com/watch?v=cg_PDZVV2lo

LIL PUMP, « Gucci Gang », 2017
<https://www.youtube.com/watch?v=4LfJnj66HVQ>

XXXTENTACION, « Sad ! », 2018
<https://www.youtube.com/watch?v=pgN-vvVVxMA>

LIL UZI VERT, « Xo Tour Lif3 », 2017
<https://www.youtube.com/watch?v=WrsFXgQk5UI>

HIGHER BROTHERS & JOJI, « Nomadic », 2017
https://www.youtube.com/watch?v=m9I3_6yNjrs

MIGOS, « Versace », 2013
https://www.youtube.com/watch?v=rF-hq_CHNH

CARDI B, « Bartier Cardi », 2018
<https://www.youtube.com/watch?v=hXnMSaK6C2w>

CARDI B, « I Like It », 2018
<https://www.youtube.com/watch?v=xTINMmZKwpA>

LIL SKIES, « Nowadays », 2017

<https://www.youtube.com/watch?v=DIFmfxACvig>

SKI MASK, « Coolest Monkey in the Jungle, 2018

<https://www.youtube.com/watch?v=9D56IFu7SEc>

A\$AP MOB, « Yamborghini High », 2016 (p.41)

https://www.youtube.com/watch?v=tt7gP_IW-1w

PLAYBOI CARTI ft. A\$AP ROCKY, « New Choppa », 2017

https://www.youtube.com/watch?v=_JZqoGz0b6o

SKI MASK THE SLUMP GOD, « Baby Wipe », 2017

<https://www.youtube.com/watch?v=1JA4QNmpteU>

A\$AP ROCKY, « A\$AP Forever », 2018

<https://www.youtube.com/watch?v=BNzc6hG3yN4>

LIL PUMP ft. KANYE WEST, « I Love It », 2018

<https://www.youtube.com/watch?v=cwQgjq0mCdE>

LIL PUMP x SMOKEPURPP, « Broke my Wrist », 2016

<https://www.youtube.com/watch?v=oeSwFACgPSA>

KEITH APE, KOHH, JAYALLDAY, LOOTA, OKASIAN, « It G Ma », Hi Lite Records, 2015 (p.52)

<https://www.youtube.com/watch?v=DPC9erC5WqU>

A\$AP Rocky, « Purple Swag », 2011

<https://www.youtube.com/watch?v=KuZ2QZKYj7c>

VII. RÉSUMÉ DU MÉMOIRE

Entendue comme un genre musical inspiré du rap, la trap est apparue au court des années 1990 dans le sud des États-Unis. Issue du Dirty South, elle commence à se populariser en France à partir des années 2000, mais aussi dans d'autres pays d'Europe comme le Portugal, l'Espagne ou encore en le Japon. Dans ce processus de globalisation, son héritage historique – lié à Atlanta et à l'univers des bandos et du trafic de drogue – tend à s'occulter ; en effet, si toutes les personnes interrogées ont entendu parler du mot trap, elles sont peu nombreuses à pouvoir le définir clairement. Pour autant, de plus en plus réduite à un style, elle semble s'essentialiser : dans ce qu'elle porte en termes de références culturelles, il en est certaines qui semblent être partagées par les différentes communautés de publics à l'échelle globale. Elles s'expriment alors en dehors de la sphère musicale, notamment à travers les modes de vie et la mode. Il s'agira donc pour nous de les identifier en France à travers l'étude des publics, pour comprendre quels sont les canaux de communication et les relais culturels privilégiés de la réception du genre U.S. En France.

L'analyse linguistique du mot trap, de ses origines anglaise à ses usages en Français permet

d'appréhender les différents sens du mot et les relations qu'ils entretiennent avec la perception du genre. Ce dernier sera défini, aussi bien sur le plan musical – en terme de composition et de production – que sur le plan esthétique. Influencé par une scène locale dont les dynamiques trouvent des échos sur le plan international, le genre passe de scènes alternatives à des scènes institutionnelles au fur et à mesure qu'il gagne en popularité. Producteur d'image, c'est un genre rattaché au gangsta rap et au bling-bling, mais à cela de particulier qu'il témoigne d'une tension entre ce que j'ai choisi d'appeler ascension et dépression. Il est à la fois un hymne à la richesse, qu'elle soit spirituelle ou matérielle, mais aussi à la destruction, à la perte de sens et à l'injustice.

En France, les publics de la trap forment des communautés hétérogènes, de différentes classes sociales, le plus souvent entre 15 et 30 ans. Entretien un lien important avec les pratiques digitales, les publics du genre utilisent les réseaux avant tout pour suivre les artistes. En ce que la trap est une musique de soirée et d'expériences, elle invoque aussi chez eux certains sentiments de liberté et d'insolence. Si elle est perçue avant tout comme une musique, la trap peut aussi être liée dans les discours à des sensations. Les artistes tiennent par ailleurs une place importante dans la réception du style, devenant des icônes pour les publics les plus jeunes. Ainsi, la trap tend à s'exprimer à travers les modes de vie et la culture des différents publics. En s'autonomisant, l'usage du mot tend à faire référence à des univers toujours plus implicites et pourtant très codifiés. La trap s'exprime alors en dehors de la musique à travers des objets et des coutumes.

Du genre musical à la culture trap, les enjeux de communication pour les artistes et les acteurs de la scène semblent favoriser le personnel branding et l'image de marque, aussi bien en terme d'esthétique que de personnalité. Dans ce processus, les médias apparaissent comme canaux de communication privilégiés des acteurs du genre, aussi bien la presse que les réseaux sociaux. Ces derniers servent à susciter l'engagement des publics et deviennent des outils incontournables dans un environnement toujours plus digitalisé. Par ailleurs, les marques profitent autant qu'elles alimentent cette culture : en profitant de la vague streetwear, mais aussi en bénéficiant du goût toujours plus prononcé pour le luxe, les relations entre marques et artistes tendent à évoluer. Les artistes deviennent des influenceurs de choix pour les marques alors que la marque devient pour l'artiste une expression de sa casquette d'entrepreneur.

En tant que phénomène glocal, la trap invoque un système de réseaux complexes qui oscille entre collaboration et distinction. Elle est l'expression d'une culture globale qui tend à devenir un label.

VIII. MOTS-CLÉS

Trap, Hip-Hop, Musique, Réception, Glocal, Médias, Marques, Médiagénie, Branding, Culture.