



**HAL**  
open science

# La place des fans dans l'industrie de la Kpop : mise en place et fonctionnement d'une stan culture en ligne : entre dynamiques identitaires et marchandes des Kpop Stans

Mélanie Fiton

## ► To cite this version:

Mélanie Fiton. La place des fans dans l'industrie de la Kpop : mise en place et fonctionnement d'une stan culture en ligne : entre dynamiques identitaires et marchandes des Kpop Stans. Sciences de l'information et de la communication. 2022. dumas-04052202

**HAL Id: dumas-04052202**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04052202>**

Submitted on 30 Mar 2023

**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

## Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Management et culture

Option : Magistère, management, cultures et stratégies de communication

### La place des fans dans l'industrie de la Kpop

Mise en place et fonctionnement d'une *stan culture* en ligne :  
entre dynamiques identitaires et marchandes des Kpop Stans

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

Tuteur universitaire : Antoine Lalande

Nom, prénom : FITON Mélanie

Promotion : 2021-2022

Soutenu le : 05/12/2022

Mention du mémoire : Très bien

## Remerciements

La réalisation de ce mémoire a été possible grâce à l'aide de plusieurs personnes auxquelles je souhaite témoigner toute ma reconnaissance. Tout d'abord, je voudrais remercier Thierry Devars, Pauline Escande-Gauquié mais aussi l'ensemble de l'équipe enseignante du CELSA Magistère, pour l'apport théorique, la bienveillance et la méthode de recherche que j'ai approfondie de la Licence jusqu'à cette seconde année de Master. Je pense aussi à Pauline Brouard qui a été d'une aide précieuse durant mes années d'études et qui a suivi plusieurs de mes travaux, tout en m'apportant de nombreux conseils et perspectives sur la Corée du Sud et le milieu universitaire depuis trois années.

Je remercie particulièrement Antoine Lalande, tuteur pédagogique de ce mémoire mais aussi enseignant de méthodologie, pour sa disponibilité, son engagement et sa compréhension. Ses conseils m'ont permis à la fois de réfléchir dans le cadre d'un mémoire mais aussi de mettre en forme des sources et des méthodes d'enquêtes, alors primordiales pour un travail critique construit.

Merci également à Laetitia Limmois, rapporteuse professionnelle pour ce mémoire, avec qui les discussions sur la Corée du Sud et la Kpop m'ont été très utiles pour l'approfondissement de mon sujet et de ses sources.

Je remercie également les différentes personnes que j'ai interrogé.e.s dans le cadre de cette étude pour leur disponibilité et leur bienveillance. Ces échanges, parfois plus des discussions spontanées que des entretiens, ont été très éclairants sur les modes de vie, de pensée et l'intimité des fans. Merci à Alexia, Julia, Mila, Akheane, Inès, Cilla et Shana de m'avoir autorisé à entrer dans votre monde et votre cocon personnel alors si difficile à mettre en lumière, ainsi que de m'avoir offert votre amitié.

Enfin, je remercie mes proches, Nini, Lucie, Manon et particulièrement Emma, ma binôme de master et amie depuis trois ans, sans qui l'élaboration de ce mémoire n'aurait pas été possible. Merci pour ce soutien sans faille durant ces trois années au CELSA et ces longues réflexions communes sur nos sujets respectifs, et bien plus encore.

# TABLE DES MATIÈRES

<b>INTRODUCTION</b>	9
Statut d'aca-fan	10
La Kpop, d'un objet de passion à un objet de recherche en communication	12
Vers une définition élargie de la Kpop	13
Une industrie culturelle qui s'appuie sur la culture de masse?	15
Le public cible de la Kpop : entre consommateur et fan	17
L'écriture de soi en ligne, un pan important pour notre objet d'étude	19
Que veut dire « être fan » ?	20
Méthodes de recherche et choix de corpus	25
Problématiques et Hypothèses	29
Annonce de plan	30
<b>I. Le modèle artistique et économique de la Kpop : co-production entre les Entertainments et les fandoms</b>	31
<b>A. La Kpop : un soft power puissant qui émane de Corée du Sud.</b>	31
A.1. Aux origines de la Kpop : une volonté politique et économique d'expansion par la Hallyu	31
A.2. Le poids des générations et des « concepts » dans une industrie en constante modernisation	33
A.3 Une forme prédominante : le boy group et le girl group	36
<b>B. Une industrie culturelle qui repose sur la force du groupe et du fandom</b>	38
B.0. Qu'est ce qu'un fandom ?	38
B.1. Une définition commune et quasi unanime de la Kpop par les fans	38
B.2 La création de fandoms : volonté de l'industrie ou regroupement spontané ?	41
B.3 : Le fan : un « co-producteur dévoué »	43
<b>C. Une industrie culturelle qui cherche à enrôler les subjectivités des fans par différents moyens ?</b>	45
C.1 La promotion des artistes de Kpop : la figure de l'idol et du bias	45
C.2 Une relation transactionnelle intime entre fan et idol comme objet de cristallisation	48
C.3 Entre fan et stan : une fine limite	49
<b>II. Le Kpop Stan Twitter ou un lieu de rencontre aux pratiques numériques codifiées, entre expression individuelle et vivre ensemble</b>	52
<b>A. Le Kpop Stan Twitter, un microcosme de la stan culture qui possède ses propres normes sociales</b>	52
A.1. Des trajectoires individuelles et genrées vers le web 2.0	53
A.2. Être Kpop Stan : « braconnage culturel » suppléé par un vocabulaire spécifique	56

A.3. Le Kpop Stan Twitter : un lieu à différents niveaux de reconnaissance ?	61
<b>B. L’extension de soi au travers d’un compte Twitter, ou le journal intime public dans lequel les fans s’auto-fabriquent et s’écrivent</b>	64
B.1. L’importance du layout et de la présentation de soi	64
B.2. Des pratiques d’épanchement in et hors Kpop	68
B.3. Entre cercles et micro cercles de sociabilité féminines régulés: l’espace safe ?	70
B.4. Lieu d’émancipation identitaire lgbtqi+ ?	73
<b>C. Un vivre ensemble mis à mal par des dysfonctionnements internes à la communauté ?</b>	77
C.1. L’existence des fanwars : quand la communauté se divise en communautés.	77
C.2. La question du harcèlement par le poids du groupe ?	80
C.3. Le Kpop Stan Twitter, engagement réel ou militantisme performatif ?	83
<b>III. L’économie de l’échange en ligne ou la réappropriation collective et individuelle du merchandising musical</b>	86
<b>A. La marchandisation d’items commerciaux à des fins de collection personnelle</b>	87
A.1. L’objet album de Kpop au centre des interactions	87
A.2. Une collection personnelle qui reflète l’individualité de fan	90
A.3. Etude de la photocard : la monnaie d’échange des Kpop Stans	94
<b>B. Une organisation numérique de comptes trades codifiés où se jouent des dynamiques de socialisation individuelles et collectives</b>	97
B.1. Le compte trade, un dispositif numérique qui représente les fans au travers des objets de merchandising	98
B.2. Fonctionnalités Instagram réappropriées pour exposer les items, le merchandising et les wishlists.	101
B.3. Le feed Instagram et l’économie du hashtag : les écrits d’écrans de l’échange	106
<b>C. Le troc de photocards et les group order, une logique réticulaire de confiance et de méfiance</b>	108
C.1. La relation de confiance obligatoire : le système de proofs de A à Z	108
C.2. Des pratiques économiques groupées avec des enjeux : les group orders	111
C.3. De l’économie numérique à l’envoi physique	114
<b>CONCLUSION</b>	117
<b>Bibliographie</b>	121
<b>Annexes</b>	129
Annexe 1: Grille d’entretien individuel	129
Annexe 2 : Entretien N°1, Alexia	133
Annexe 3 : Entretien N°2, Julia	150
Annexe 4 : Entretien N°3, Mila	166
Annexe 5 : Entretien N°4, Akheane	180
Annexe 6 : Entretien N°5, Cilla	194

Annexe 7 : Entretien N°6, Inès	213
Annexe 8 : Entretien N°7, Shana	236
Annexe 9 : Captures d'écrans de tweets de Kpop Stans, dans l'ordre d'apparition du mémoire	254
Annexe 10 : Captures d'écrans de comptes Twitter de Kpop Stans	257
Annexe 11 : Album Preview de Kpop, exemple de Beatbox de NCT	258
Annexe 12 : Template de photocards, Exemple de SuA de Dreamcatcher	260
Annexe 13 : Photographies de la collection Kpop de Mila	261
Annexe 14 : Coques de téléphone avec photocards	262
Annexe 15 : Captures d'écran des hashtags d'Instagram dans l'ordre d'apparition du mémoire	264
Annexe 16 : Captures d'écran de comptes et publications trades sur Instagram, dans l'ordre d'apparition du mémoire	266
Annexe 17 : Photographies de lettres d'envoi de photocards	273
<b>Résumé et mots-clés</b>	274

---

## GLOSSAIRE

**BIAS** : membre préféré dans un groupe de Kpop

**BINDER** : classeur où sont rangées et exposées les photocards et inclusions d'albums, les binders peuvent être de plusieurs tailles allant des '*mini binders*' de la taille d'une *photocard* jusqu'aux tailles de classeur classique

**BOY GROUP (cf. GIRL GROUP)** : groupe de Kpop composé exclusivement d'hommes

**CARRD** : page numérique personnelle qui regroupe des informations sur le/la détenteur.ice du compte, c'est comme une carte d'identité de fan faite sur le site carrd : <https://carrd.co/>

**COMEBACK** : se dit d'un retour sur scène d'un groupe de Kpop avec un nouvel album ou mini album, ainsi qu'une nouvelle *title track* et période de promotion.

**DEBUT** : se dit du premier projet d'un membre ou d'un groupe de Kpop après s'être entraîné pendant X années dans l'agence.

**ENTERTAINMENT** : se dit d'une agence sud-coréenne qui comprend label, distributeur, tourneur, entreprise de recrutement, management et entraînement des artistes. L'Entertainment prend en charge l'artiste entièrement, de son recrutement à ses sorties musicales.

**FANCALL** : appel téléphonique en privé entre un.e fan et un.e idol, qui dure quelques minutes. Souvent les *fancalls* sont organisés par l'agence en partenariat avec des boutiques de Kpop en ligne, les fans achètent un certain nombre d'albums et sont tirées au sort pour le *fancall*. Le *fancall* a été introduit à la période du COVID quand les *fanmeetings* n'étaient plus possibles.

**FANCAM** : vidéo (souvent verticale) qui se concentre sur un.e seul.e membre d'un groupe lors d'une performance.

**FANMEETING** : rencontre collective entre les fans et un groupe. Cette fois ce sont des rencontres physiques, les membres sont assis sur une longue table et les fans passent un.e par un.e devant les membres pour discuter et faire signer leur album.

**GIRL GROUP (cf. BOY GROUP) :** groupe de Kpop composé exclusivement de femmes

**HALLYU :** « vague » ou « déferlante » de la Kpop sur le monde, terme introduit dans les années 1990 par les chinois. Définition plus approfondie dans le mémoire.

**IDOL :** figure de proue de l'industrie de la Kpop, se dit membre d'un groupe ou d'une personnalité artistique publique. Définition plus approfondie dans le mémoire.

**LAYOUT :** Agencement d'un compte en ligne, sur un réseau social. Le Layout comprend la photo de profil, la bannière et les autres attributs identitaires comme la biographie.

**LINE (rap line, dance line, vocal line) :** désigne une sous-unité de membres non officielle au sein d'un groupe, les membres qui sont rappeurs sont surnommés la rap line, les danseurs la dance line et les vocalistes la vocal line.

**LINE (bias line) :** terminologie utilisée par les fans qui désigne l'ensemble de ses préférés dans un groupe. On peut y accoler bias ou non, les deux signifient la même chose.

Exemple : « Mark, Haechan et Ten sont ma (bias) line dans NCT »

**MULTI (stan) :** fan qui stan plusieurs groupes, à l'inverse des solo stans qui n'aiment qu'un seul groupe.

**MV :** Abréviation de « *Music Video* », clip musical. En Kpop le terme de M/V est couramment utilisé pour parler des clips.

**TEMPLATES :** dans le cadre de la collection d'items de Kpop, c'est une image qui regroupe toutes les photocards d'un membre ou d'un groupe, elle peut aussi regrouper les albums d'un groupe. Les templates sont faits par certain.e.s fans aux compétences digitales et partagées dans les fandoms, parfois certain.e.s fans font leurs propres templates personnalisés. Ils servent à publier sa *wishlist d'items* et de savoir où en est la collection.

**TITLE TRACK :** ou *focus track* dans le jargon musical français, se dit du single principal de l'album promu par le groupe, s'accompagne nécessairement d'un MV et de performances dans la promotion.

**TRAINEE :** mot anglais, désigne un stagiaire dans une agence. Ce sont des personnes ayant passé et réussi une audition ou qui ont été recrutées par ladite agence. Ils s'entraînent plus ou moins longtemps avant de *debut* dans un groupe.

**PHOTOCARD :** petites cartes présentes aléatoirement dans les albums de Kpop, en général elles font la taille d'une carte bleue et représentent un.e seul membre du groupe. Ces

photocards sont l'item principal de collection dans l'univers de la Kpop, elles s'échangent, s'achètent et circulent beaucoup.

**POSTCARD** : autre forme d'inclusion dans les albums, plus grande et donc de la taille d'une carte postale. Elle représente aussi souvent un.e seul.e membre et se collectionne au même titre que d'autres inclusions.

**REPACKAGE** : réédition d'un album avec quelques titres en plus, qui est synonyme d'un nouveau *comeback*, nouvelle *title song* et nouvelle promotion, mais aussi nouveaux albums physiques et donc inclusions à collectionner.

**SOLO STAN (akghae)** : 1. fan qui stan un seul groupe, à l'inverse des multis stans qui aiment plusieurs groupes.

2. fan qui ne stan qu'un seul membre d'un groupe, aussi appelée *akghae* en coréen.

**STAN TWITTER** : communauté globale de fans de Kpop sur Twitter. Définition développée dans le mémoire. Ce terme est utilisé par les fans eux-mêmes.

**WISHLIST (WL)** : ensemble des items de collections voulus par un.e fan pour sa collection personnelle.

---

## INTRODUCTION

La Kpop est une terminologie simple et complexe à la fois puisqu'elle n'est autre que l'abréviation de « *korean pop* », soit la musique populaire sud-coréenne. Elle renvoie toutefois à toute une industrie musicale élargie à différents genres mais aussi à différents contenus audiovisuels. Dans le cadre de la Kpop, musique et divertissement sont les deux faces d'une seule et même pièce puisque la production musicale ne s'abstient jamais d'une production visuelle, audiovisuelle, voire même télévisuelle. C'est alors une industrie culturelle qui fonctionne comme un élément fort de *soft power* pour le gouvernement sud-coréen. En effet, la Kpop est un système culturel et économique qui entre dans ce phénomène de déferlement spécifiquement sud-coréen qu'on appelle la *Hallyu*. La chercheuse en sciences de l'information et communication Hong Seok-Kyeong donne sa définition de la *Hallyu* dans le Korea Times et la résume de la manière suivante :

La hallyu est un mouvement de soft power sud-coréen généré, créé et implémenté par le gouvernement pour promouvoir la culture du pays à l'étranger. Elle devient un support majeur à l'économie du pays dans le sens où elle implique production, exports et promotion à l'international. <sup>1</sup>

Si « *hallyu* » est souvent désignée par « vague coréenne », elle se veut être la métaphore parfaite pour une industrie culturelle qui arrive par vagues et de manière puissante. En effet, dès les années 1990, le gouvernement sud-coréen s'est lié avec des entertainments culturels pour créer des groupes et créer des contenus de divertissement qui serviront à promouvoir une Corée alors bouleversée et détruite par les différents conflits géo-politiques et crises économiques qu'elle a traversé au long de la deuxième moitié du 20ème siècle. La Kpop a d'abord conquis le public en Asie avant d'arriver en Occident dès les années 2010, et une explosion générale pendant la période du Covid.

---

<sup>1</sup> Seok-Kyeong Hong, « For new cultural policy for hallyu », The Korea Times, paragraphe 7 Mai 2022, [https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2022/05/398\\_329724.html](https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2022/05/398_329724.html)

## Statut d'aca-fan

Avant d'entrer plus en détail sur les définitions théoriques de ce travail sur les fans de Kpop, il est important de rappeler mon statut particulier à ce sujet, soit celui de fan chercheuse. A la lecture du mémoire de ma collègue Maureen Simon-Dou<sup>2</sup> sur les fandoms d'Harry Potter, le concept d'aca-fan m'a paru nécessaire à comprendre et développer. Ce qui nous amène sur un constat très particulier dans cette recherche : je fais partie de communautés et de fandoms sur Twitter. Le choix de ce sujet de mémoire part du fait que je suis moi-même Kpop Stan depuis 2015 et que j'utilise ces réseaux sociaux et ces artifices pour m'engager avec une communauté de fans. Une des premières problématiques qui est apparue est cette double posture de chercheuse et de fan, quel type de savoir entends-je produire ? Comment faire la part des choses entre des idées préconçues personnelles et des observations factuelles ? Si trouver les fans et les interroger était une chose facile avec un accès privilégié, la difficulté s'est posée sur quelle posture je devais adopter avec eux et si je devais rester neutre et académique ou engager dans des discussions plus vives autour de notre passion commune pour en tirer des informations concrètes. C'est alors Matt Hills qui, dans son ouvrage *Fan Culture*, introduit le concept de *fan academic* ou *aca-fan*.<sup>3</sup> Un aca-fan n'est autre qu'un universitaire qui fait partie d'une communauté de fans et choisit d'en faire son objet d'études, comme c'est le cas pour M. Simon-Dou ou pour moi ici. Elle cite ainsi Henry Jenkins dans son blog *Confessions d'un aca-fan*<sup>4</sup> qui stipule que le *fan academic* est « une créature hybride qui est à la fois fan et académique » et dont le but, partagé par Jenkins lui-même, est « de réduire la distance entre ces deux mondes », « d'ouvrir un espace plus vaste pour parler des objets médiatiques qui comptent pour nous en tant que consommateurs. ». L'*aca-fan* peut sembler alors plus proche et plus légitime à étudier ses congénères fans qu'un chercheur externe qui s'intéresserait à l'objet en question de manière purement curieuse, sans y avoir accès.

En sciences sociales la question de la distance face à son sujet a notamment été développée avec Norbert Elias, qui estime que le chercheur en sciences sociales doit opérer un va-et-vient

---

<sup>2</sup> Maureen Simon-Dou, « La cristallisation communautaire des fans de la saga Harry Potter : rapports de force et enjeux de pouvoir au sein du fandom des Potterheads ». Sciences de l'information et de la communication. 2019. ffdumas-02569581ff

<sup>3</sup> Matthew Hills, *Fan cultures*. Londres : Routledge, 2002.

<sup>4</sup> Henry Jenkins, « Confessions of an aca-fan », blog en ligne, consulté le 20 Septembre 2022, <http://henryjenkins.org/>

constant entre « distanciation » avec son sujet et « engagement. »<sup>5</sup> Il réfléchit à une méthodologie spécifique pour poursuivre l'idéal de neutralité axiologique<sup>6</sup> introduit par Max Weber, mais appliqué aux sciences sociales. Cette neutralité axiologique s'attache à faire preuve de clarté et s'émanciper de nos jugements de valeurs, tout en sachant qu'elle n'est qu'un idéal. Le chercheur doit alors avoir conscience d'être positionné socialement et dans le temps. La neutralité est un horizon et un idéal. Norbert Elias écrit par ailleurs à propos des chercheurs en sciences sociales

Leur propre participation, leur engagement, conditionnent par ailleurs leur intelligence des problèmes qu'ils ont à résoudre en leur qualité de scientifiques. Car, si pour comprendre la structure d'une molécule on n'a pas besoin de savoir ce que signifie se ressentir comme l'un de ses atomes, il est indispensable, pour comprendre le mode de fonctionnement des groupes humains, d'avoir accès aussi de l'intérieur à l'expérience que les hommes ont de leur propre groupe et des autres groupes ; or on ne peut le savoir sans participation et engagement actifs.<sup>7</sup>

La distance d'une part oblige le chercheur à la rigueur et à l'éloignement de ses propres idées préconçues, et l'engagement de l'autre, exige une implication nécessaire du chercheur dans le groupe humain qu'il étudie et cherche à déconstruire. Il estime que le chercheur en sciences sociales adopte alors un « double-lien »<sup>8</sup> envers son objet de recherche. Les problématiques de distance et de discernement critique se sont alors posées en début de recherche sur un tel sujet.

Mon statut d'aca-fan dans l'étude des fans de Kpop a été un vrai tremplin pour accéder aux fandoms et aux personnes concernées tout en permettant un échange plus fluide et spontané. Nous avons pu aborder différentes questions et problématiques liées à notre passion et nos communautés similaires.

---

<sup>5</sup> Norbert Elias, *Engagement et distanciation. Contributions à la sociologie de la connaissance*, Fayard, 1993 [1983], p.27.

<sup>6</sup> Max Weber, *Essai sur le sens de la « neutralité axiologique » dans les sciences sociologiques et économiques*. Reproduit dans *Essais sur la théorie de la science*, Press Pocket, 1917

<sup>7</sup> Ibid. p. 29

<sup>8</sup> Ibid.

## La Kpop, d'un objet de passion à un objet de recherche en communication

Je me suis d'abord demandé comment la Kpop se consomme et pourquoi les communautés de fans étaient aussi nombreuses et puissantes. C'est-à-dire comment la Kpop s'infilte-t-elle dans les univers des fans, dans les univers des jeunes adolescentes qui semblent en être la démographie principale? Ce premier questionnement résulte des observations que j'ai pu apercevoir sur les réseaux sociaux et la manière dont les fans de Kpop se sont organisées de manière méthodique. D'une part une industrie culturelle prégnante, fruit de la volonté d'un pays de développer son soft power et son économie, et d'autre part des fans investis dans des communautés en ligne *hyper-actives*, *hyper-connectées* et *hyper-engagées*, à la fois dans les contenus proposés par les groupes de Kpop, mais aussi dans des créations de contenus fans à base de Tweets, publications Instagram ou encore des échanges multiples, qu'ils soient verbaux ou tangibles.

Si j'apprécie l'industrie de la Kpop et la musique qu'elle produit ce n'est pas seulement pour les genres musicaux poreux et la qualité artistique mais aussi pour toutes ces activités extra musicales qu'elle crée. En effet, je me plais à discuter et échanger avec d'autres fans sur les groupes auxquels nous portons de l'intérêt mais aussi sur les actualités de cette industrie comme les sorties d'albums, les tournées, les *awards shows* etc. Il semble qu'il est difficile d'être fan seul.e, que le sentiment de vouloir partager avec d'autres individus qui nous ressemblent est fort. Ainsi, nos liens interpersonnels se nouent à une vitesse éclair autour d'activités en ligne : l'écriture de fanfictions, la tenue de blogs et comptes sources sur les artistes aimés, la création de *group chats* sur différents réseaux sociaux ou encore l'échange et la vente d'items de collection. En effet, je me suis vite rendue compte en intégrant ces milieux et ces groupes qu'il existait tout un monde et toute une organisation bien spécifique à laquelle se soustrayait certaines règles. C'est tout naturellement que j'ai commencé à m'engager dans la collection d'albums de Kpop et des items qu'ils contenaient soit des photobooks, les photocards (petites cartes de collection avec des images des membres des groupes, à l'instar de cartes pokémon par exemple). Au fil des échanges et des relations tissées avec d'autres fans, une des observations principales et flagrantes est la surreprésentation des filles dans ces fandoms et du

regard de « *safe place* »<sup>9</sup> que nous accordions à ces lieux de socialisation. C'est à partir de là que je me suis intéressée à la question de manière plus approfondie. En effet, au regard des différents cours qu'on a pu avoir au CELSA et des approches plus sociologiques de la communication et des industries culturelles, il m'a semblé pertinent de creuser un sujet dont j'étais proche. Si le mémoire de Master 2 se veut individuel et plus personnel, il a été assez aisé de choisir de manière globale le sujet que je voulais aborder soit les communautés de fans de Kpop. C'est en cherchant un angle précis et une problématique nouvelle que la difficulté du terrain de recherche s'est imposé puisque d'une part je suis insider au groupe donc il fallait adopter une posture d'étonnement et rester ouverte sur les points de vue d'autres individus, mais d'autre part canaliser tout le flux d'informations et de contenu de fan que j'avais à disposition pour se concentrer sur un seul sujet.

Je souhaite donc analyser et étudier la Kpop au travers du concept d'industrie culturelle qui m'a paru pertinent au début de cette recherche, par rapport à ce que je connaissais de ce milieu en tant que fan. En effet, si c'est un système musical rodée avec des sorties de contenus artistiques et extra-artistiques quotidiens, mais aussi un système marchand depuis la construction du groupe jusqu'à la vente de merchandising de fans; on peut questionner son rapport avec les définitions des industries culturelles.

## **Vers une définition élargie de la Kpop**

Pour entrer dans un sujet aussi vaste et complexe que la Kpop et ses fandoms, il faut de prime abord comprendre ses spécificités et son vocabulaire. Si des similarités peuvent être retrouvées en termes d'organisation et de typologies de personnes avec d'autres fandoms féminins et adolescents, elles ne sont pas uniques et absolues. Il me paraît donc important de préciser comment définir la Kpop et l'industrie musicale et matérielle qu'elle représente.

La Kpop s'abrège d'un univers audiovisuel fort avec des clips musicaux et des chorégraphies travaillées pour chaque titre. Elle a des spécificités et ne fonctionne pas comme les industries

---

<sup>9</sup> Notion non scientifique « d'endroit sécurisant » utilisé par les communautés en ligne pour définir les espaces qui leur appartiennent dans lesquels iels peuvent s'exprimer librement sur leur identité et leurs centres d'intérêt.

occidentales dans le sens où pour la majorité des cas ce sont des groupes qui sont formés par des agences qui font à la fois chasseurs de tête, centres de formation (*training*), labels, producteurs et distributeurs de musique. La culture du groupe, du boys band et du girls band est omniprésente en Corée du Sud et donc dans la Kpop. En montant des groupes, les agences forment des talents et investissent en sorties musicales (des *comebacks*), contenus de divertissement (*mukbangs*, émissions de voyage, de vacances, de cuisine, vlogs personnels, entraînements de danse, etc), opérations marketing de proximité pour créer un lien privilégié entre les fans et le groupe. Se mettent alors en place certaines dynamiques et relations unilatérales, ou presque, entre fans et artistes. C'est entre autres ce que l'on observe dans les pratiques des entertainments comme les quatre plus influents, SM<sup>10</sup>, YG<sup>11</sup>, JYP<sup>12</sup> et Hybe<sup>13</sup>.

Aussi, le terme de Kpop englobe quasi toute l'industrie musicale coréenne, ainsi les groupes peuvent avoir et adopter différents concepts et genres musicaux dans un seul album mais aussi au sein d'un seul titre, ce qui rend les projets musicaux uniques. Cette porosité est voulue, comprise et apprivoisée par les Kpop stans qui viennent chercher cette diversité et cette originalité, perceptible dans les verbatims retenus lors des entretiens que j'ai menés, qui présentent avec subjectivité le point de vue des fans sur leur objet de passion :

Pour moi, [la Kpop] est une industrie qui propose un style de contenus, et ces contenus sont caractérisés par, de un, des clips avec un budget particulièrement haut et beaucoup d'investissement pour l'aspect visuel, de deux par un rapport avec les fans très différent des industries musicales occidentales. En Kpop, on fait en sorte que l'artiste ait une relation avec les fans particulièrement proche [...]. Il y'a aussi l'aspect « formation », en Kpop tu as souvent des artistes polyvalents, qui savent chanter, danser, jouer d'un instrument, ils sont formés avant même de débiter et il n'y a pas ça ailleurs. <sup>14</sup>

La Kpop c'est pas un genre musical à part entière, c'est une dénomination pour aller vite mais il y a beaucoup de sous-catégories. [...] La Kpop c'est un modèle économique avant tout, avec des codes à part entière, tout un vocabulaire, plein de coutumes. Le fait de

---

<sup>10</sup> Site officiel de la SM Entertainment : <https://www.smentertainment.com/>

<sup>11</sup> Site officiel de la YG Entertainment : <https://www.ygfamily.com/>

<sup>12</sup> Site officiel de la JYP Entertainment : <https://www.jype.com/>

<sup>13</sup> Site officiel de HYBE Labels : <https://www.hybecorp.com/>

<sup>14</sup>Annexe 2, Entretien 1 : Alexia

comeback, de faire des promotions, le concept de l'idol, le fait que la musique ait une structure spécifique.<sup>15</sup>

## Une industrie culturelle qui s'appuie sur la culture de masse ?

Il est aussi intéressant d'analyser et lire le succès de la Kpop au travers des études menées sur les industries culturelles. On peut considérer l'emploi de ce concept en deux courants, l'un neo-libéral et l'autre critique. Pour les tenants de l'approche néo-libérale, la culture est une histoire d'affaires et de produits, « les produits culturels sont des marchandises semblables aux autres [entreprises privées], c'est-à-dire la croissance des ventes et des recettes et la maximisation des profits. »<sup>16</sup> Terminologie introduite dans la recherche universitaire par Theodor W. Adorno et Max Horkheimer *La dialectique de la raison* en 1947. Dans ce texte, ils expliquent la *Kulturindustrie* en accolant deux concepts larges que sont l'industrie et la culture. L'industrie est comprise comme une production commune humaine qui a dépassé les organisations de manufacture ou d'agriculture. D'autre part la culture se trouve être, de manière simple, ce qu'une société cultive, ses techniques de production et d'émancipation de l'état primaire à l'état de nature.

Le culturel se vit et se construit dans un groupe avec des symboles et des représentations similaires, là où les fans de Kpop se réunissent autour de symboles communs. Ils analysent les produits culturels de la musique comme des objets sensiblement similaires et structurés par le même agencement. Ainsi des chansons qui ont la même structure seront consommées de la même manière et l'on attendra la même chose de l'une ou l'autre. Ils considéreraient toutefois l'industrie culturelle comme une culture de masse plus que comme une industrie créative.

*Kulturindustrie* en allemand – « culture » et « industrie » revenait, à l'époque en tout cas, à juxtaposer deux termes que tout opposait. À l'« industrie » sont associés l'économie, la rationalisation, la planification, le calcul, l'intérêt stratégique, la visée instrumentale, etc., alors que le terme « culture » évoque les idées de création, d'originalité, de désintéressement, de formation, de perfectionnement, d'autonomie et de liberté.[...] Cet oxymore a une fonction éminemment critique, puisqu'il entend

---

<sup>15</sup>Annexe 7, Entretien 6 : Inès

<sup>16</sup> Lacroix, J.-G. (1986). Pour une théorie des industries culturelles. Cahiers de recherche sociologique, 4(2), 5–18. <https://doi.org/10.7202/1002001ar>

décrire une situation hautement problématique issue d'un détournement du contenu initial de la culture, au profit de l'industrie capitaliste.<sup>17</sup>

La musique et le milieu de la Kpop semblent être de purs produits de l'industrie culturelle selon Adorno, dans le fait que c'est une industrie qui fonctionne sur la créativité musicale détournée dans un système économique rôdé. En ayant conscience de la portée économique et du profit recherché, les fans trouvent tout de même un intérêt intime et personnel à la consommation musicale. Le concept d'industrie culturelle s'élargit non seulement à l'art et le divertissement mais aussi à un moyen de véhiculer une idéologie car autant la forme des œuvres que le message véhiculé par les œuvres représente la société prise par l'industrie culturelle. Si pour Adorno et Horkheimer, cette définition d'industrie culturelle est unique, les années 1970 voient l'avènement d'une autre interprétation plus plurielle DES industries culturelles<sup>18</sup>. Ce qui m'intéresse dans ce mémoire n'est pas tant les étapes de conception et de création que celles de distribution et de commercialisation dans le sens où ces activités ont un lien direct avec le public récepteur. Le concept d'industrie culturel, à l'origine oxymorique, a pourtant évolué de définition. Depuis les années 1990, s'ajoutent à ces éléments la forte marchandisation mais aussi l'importance de notre contexte économique et de la globalisation qui s'accroît. C'est ensuite que des chercheurs comme Patrice Flichy ou encore Bernard Miège, Pierre Moeglin qui ont tenté d'identifier surtout les stratégies des industries en question en étudiant des exemples spécifiques soit « le grand modèle du flot », de la télé et de la radio, et « le modèle de l'éditorial »<sup>19</sup>, celui du disque ou du livre. Là où la Kpop révèle un enjeu particulier, c'est qu'elle se fonde sur ces deux modèles puisqu'elle ne se contente pas de marchander des disques, mais aussi un flot de contenus audiovisuels qu'on peut analyser à la lumière des évolutions sociétales et de la numérisation de la culture. Les industries culturelles telles que théorisées par Bernard Miège et définies par Thomas Paris « recouvrent les secteurs qui, dans le champ de l'économie de la culture, impliquent une reproduction des œuvres et une diffusion à grande échelle. Le terme englobe les industries du cinéma et de l'audiovisuel, de l'édition, du disque ».<sup>20</sup> Les agences et labels (qu'on appelle des Entertainment) proposent des produits

---

<sup>17</sup>Olivier Voirol, « Retour sur l'industrie culturelle », *Réseaux*, 2011/2 (n° 166), p. 125-157. DOI : 10.3917/res.166.0125. URL : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2011-2-page-125.htm>

<sup>18</sup> Armand Mattelart, *La communication-monde, Histoire des idées et des stratégies*, 1991

<sup>19</sup> Bernard Miège. Les industriels de la culture et de l'information à l'ère des nouveaux médias et des réseaux de diffusion. In: *Sociologie de la communication*, volume 1, n°1, 1997. *Sociologie de la communication*. pp. 73-96. [www.persee.fr/doc/reso\\_004357302\\_1997\\_mon\\_1\\_1\\_3833](http://www.persee.fr/doc/reso_004357302_1997_mon_1_1_3833)

<sup>20</sup> Thomas Paris « Des industries culturelles aux industries créatives : un changement de paradigme

tangibles et consommables plusieurs fois comme les titres et albums à destination des publics qui accordent une valeur à ce qu'ils consomment. La chaîne industrielle qui est à l'origine de la production des biens culturels peut dès lors être étudiée par différents bords, et particulièrement du côté de la réception par l'intermédiaire des fans, dans le cas de ce mémoire. Si les théories d'industries culturelles servent de fondement à ce mémoire de recherche, ce n'est pour autant pas sur ces plans là uniquement que je souhaite travailler, mais aussi et surtout sur les fans.

## **Le public cible de la Kpop : entre consommateur et fan**

En 2013, Pascal Dayez-Burgeon<sup>21</sup> s'intéresse déjà aux Coréens et à leur modèle culturel d'expansion douce, il s'intéresse à la *Hallyu* mais aussi et surtout à la Corée comme puissance migratoire et transactionnelle, soit comment la Corée est devenue une puissance pacifique forte et identifiable, à l'heure où le Japon et la Chine sont déjà installés. L'industrie culturelle sud-coréenne y est évoquée comme un aspect spécifique de la puissance coréenne plus qu'elle n'est étudiée en détails dans ses fonctionnalités. En effet, la Kpop est une industrie culturelle qui sert d'outil transactionnel entre l'Asie de l'Est et les autres pays d'Asie mais aussi avec l'Occident. Il faut alors différencier les politiques de marketing autour de la K-pop et la diplomatie publique qui présentent des formes très différentes. La Kpop intéresse donc les universitaires d'un point de vue économique et diplomatique dans son ensemble global, sans forcément se rendre au cœur des milieux des fans. Ils sont surtout compris comme des consommateurs et un public cible de politiques diplomatiques publiques et marketing privées. En parallèle, quelques études sur la Kpop émergent dans des revues de communication, menées notamment par Jeongim Hyun après avoir été témoin des regroupements de fans devant le Louvre en 2011, pour un flashmob pour la SM Entertainment (première agence culturelle sud-coréenne)<sup>22</sup> ou encore du succès de Super Junior au Zénith, alors que les médias français n'avaient pas ou peu

---

salutaire ? », *tic&société* [En ligne], Vol. 4, n° 2 | 2010, mis en ligne le 27 mai 2019, consulté le 15 septembre 2019 sur <http://journals.openedition.org/ticetsociete/871>

<sup>21</sup> Pascal Dayez-Burgeon, « La Corée, la nouvelle puissance Pacifique ? », *La Revue Hermès*, (n° 65), pages 82 à 83, Janvier 2013, <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2013-1-page-82.html>

<sup>22</sup> Agence de presse Yonhap, <https://fr.yna.co.kr/view/PYH20110502009900884>

couvert l'événement. Elle développe notamment la force du collectif et du « goût collectif »<sup>23</sup> soit comment les communautés s'influencent entre elles dans leurs goûts et leurs passions et comment ceux-ci se transmettent. La force du groupe est alors importante et évoquée dans les communautés de Kpop stans, bien que le terme de « stan » n'est pas encore évoqué. Ses études portent plus sur l'influence du groupe sur la base de la consommation collective, dans le sens où les fans sont un public qui achète, consomme des produits que l'industrie crée et distribue en connaissance des attentes de celui-ci. En étudiant des fanbases localisées en France et en Lituanie elle met en avant le caractère international de la Kpop qui se veut dépasser toutes frontières culturelles entre les fans. En effet, depuis la France ou la Lituanie, les personnes se retrouvent dans des goûts similaires et une affinité similaire à la Kpop et à la figure de *l'idol* sud-coréen, qui leur permet de communiquer et de créer des liens. Ce concept *d'idol* nous introduit déjà au fonctionnement de la fan culture de la Kpop qui repose sur cette entité là, dont nous développerons les caractéristiques dans le mémoire.

On peut aussi penser aux travaux de Dalyong Jin, docteur en SIC à l'université Simon Fraser, qui a ouvert un bureau d'études sur la Kpop au Canada. Il fut l'un des premiers universitaires modernes à étudier et comprendre la Kpop comme une industrie digitale exponentielle et non seulement comme l'arrivée d'un produit exotique sud-coréen. En effet, l'émergence de la Kpop est très liée à la numérisation qui a été menée par les progrès rapides de la technologie et l'avènement d'Internet<sup>24</sup>.

Par ailleurs, l'essor des *fandoms* (communautés de fans d'un.e artiste, groupe ou éléments fictionnels) sur certains réseaux sociaux personnalisables comme Twitter ou Instagram est indéniable. Notre sujet s'inscrit dans une réflexion autour des médias informatisés, comme dispositifs médiatiques qui permettent la circulation de ces écritures de fans sur les réseaux.

---

<sup>23</sup> Jeong Im Hyun, « Mon prince charmant parle coréen : les fans de K-Pop en France et Lituanie », *Sociétés*, 2013/4 (n° 122), p. 85-94. DOI : 10.3917/soc.122.0085. URL : <https://www.cairn.info/revue-societes-2013-4-page-85.htm>

<sup>24</sup> Dalyong Jin, Kyong Yoon, Wonjung Min, *Transnational Hallyu, The Globalization of Korean Digital and Popular Culture*, « Chapter 1. Emerging New Wave: Transnational Hallyu », Mai 2021

## L'écriture de soi en ligne, un pan important pour notre objet d'étude

Dans la lignée de ces questionnements sur les médias informatisés, Marc Jajah parle de l'écriture de soi en ligne comme une « pratique automédiale »<sup>25</sup> soit un « processus par lequel une personne travaille sur elle-même »<sup>26</sup> ou développe une présentation de soi qu'elle peaufine et construit. La définition qu'apporte Marc Jajah nous est primordiale dans cette étude dans la mesure où les fans, et ici les Kpop Stans, utilisent les réseaux sociaux pour écrire leurs récits et leurs personnalités au travers de tweets et de publications qui répondent à des codes. Les personnes travaillent sur elles-mêmes dans le sens où elles procèdent à des choix éditoriaux, des choix numériques esthétiques qui signifient leur identité numérique, ce qui signifie leurs goûts. Ici nous accordons une place toute particulière à l'espace d'écriture en ligne que propose le compte Twitter, qu'il soit au travers de Tweets mais aussi et surtout au travers d'un *layout*, ou d'un agencement visuel et esthétique du compte. Les fans travaillent donc sur eux-mêmes en développant leur profil Twitter et en créant des agencements et visuels spécifiques en fonction de ce qu'ils veulent renvoyer comme image. Ce compte se trouve être une extension de soi au même titre qu'une fabrique de sa persona en ligne. Il est alors un média informatisé<sup>27</sup> sur lequel on peut percevoir plusieurs informations identitaires agencées selon des normes numériques. Il s'agit alors ici d'analyser les « écrits d'écran »<sup>28</sup> et les enjeux éditoriaux personnels qui les accompagnent.

Les théories numériques apportées notamment grâce aux travaux menés par Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier sont un tremplin pour comprendre et analyser ces écrits d'écran, soit ces signes numériques produits par les utilisateur.ices du web. Ils sont alors une forme d'extension de l'écriture de soi sur internet, là où les formes primaires d'écriture se sont remplacées par les formes numériques. Les écrits d'écrans sont pour autant le résultat de

---

<sup>25</sup> Marc Jajah, « L'écriture de soi "en ligne" : une pratique automédiale », blog en ligne *Marc Jajah Cultures numériques, écriture(s) et cie*, publié le 4 janvier 2020, <http://marcjajah.net/3743-lecriture-de-soi-en-ligne-une-pratique-automediale>, consulté le 18 Août 2022

<sup>26</sup> Ibid.

<sup>27</sup> Yves Jeanneret, *Y-a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?* Nouvelle édition revue et corrigée. Villeneuve d'Ascq : Presses universitaires du Septentrion, 2011. Web. <<http://books.openedition.org/septentrion/13894>>.

<sup>28</sup> Emmanuel Souchier, Étienne Candel, Gustavo Gomez-Mejia, avec la collab. de Valérie Jeanne Perrier, *Le Numérique comme écriture. Théories et méthodes d'analyse*, Paris, A. Colin, coll. Codex, 2019

l'extension de la main des fans, qui utilisent leurs corps pour créer du signe, créer de la signification en ligne. « L'écrit d'écran est un texte, organisé par son rythme, son espace, sa structure globale. Un espace visuel doté de sa sémiotique propre. »<sup>29</sup> Ainsi nous analyserons les écritures de fans comme des textes écrits dans le but de créer de la signification en ligne. Être fan et avoir des pratiques numériques revient également à créer du sens et créer des signes de fan identifiables.

## Que veut dire « être fan » ?

Ces signes de fans identifiables sont par ailleurs visibles dans les pratiques de différenciations de ces fans et dans leur mode de fonctionnement. Si l'on souhaite comprendre les comportements numériques des fans au sein de la vaste industrie culturelle qu'est la Kpop, c'est parce qu'on s'intéresse à la réception et la consommation des produits culturels créés et distribués. Il s'agit donc de comprendre le public et donc ce que cela implique d'être fan, tant sur le plan matériel que sur le plan numérique.

Philippe Le Guern, professeur en Sciences de l'information-communication à l'université de Nantes et chercheur à l'EHESS, spécialisé dans le domaine des publics de la musique appuie que la terminologie de « fan » désigne « une certaine idée de l'attachement à des objets qui comptent pour ceux qui y sont attachés. La notion de fan est en réalité une question : qu'est-ce qui compte et pourquoi ça compte ? ». <sup>30</sup> Ainsi le fan n'est pas un simple consommateur ou une simple cible mais écope d'un caractère sentimental attaché à l'objet consommé. Cette définition fait sens pour ce travail de recherche dans la mesure où nous comprenons les fans comme des personnes impliquées au-delà de la simple consommation du produit. Il existe un attachement émotionnel lié à la consommation de clips musicaux et de contenus de divertissement, mais

---

<sup>29</sup> JEANNERET, Yves. *Chapitre 4. L'écrit d'écran : lire, écrire et un peu davantage* In : *Y-a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ? Nouvelle édition revue et corrigée* [en ligne]. Villeneuve d'Ascq : Presses universitaires du Septentrion, 2011 (généré le 20 novembre 2022). Disponible sur Internet : <http://books.openedition.org/septentrion/13906>. ISBN : 9782757419106. DOI : <https://doi.org/10.4000/books.septentrion.13906>.

<sup>30</sup>Philippe Le Guern, « No matter what they do, they can never let you down... ». Entre esthétique et politique : sociologie des fans, un bilan critique », *Réseaux*, 2009/1 (n° 153), p. 19-54. DOI : 10.3917/res.153.0019. URL : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-1-page-19.htm>

aussi à l'achat de produits dérivés, de merchandising. Par ailleurs, selon Le Bart<sup>31</sup>, une sociologie des fans est possible, au-delà de leur caractère de consommateur de produits d'une industrie culturelle, mais d'en interroger leurs identités et comment être fan forge celle-ci. Il stipule que : « L'attitude fan constitue une modalité de construction identitaire propre aux sociétés contemporaines et son observation permet de modéliser à propos des processus de construction identitaire contemporains en général. »<sup>32</sup> C'est ce qui va nous intéresser dans ce mémoire à savoir comment les fans de Kpop se comportent et comment cela forge leur identité, à la fois numérique et générale. Dans cette lignée et pour préciser, Mélanie Bourdaa soutient qu'être fan, c'est avoir les cinq caractéristiques suivantes, qui les différencie donc de simples publics récepteurs :

- Appartenir à une communauté de pairs, à un groupe social dans lequel le fan va inscrire sa passion et dont il va devenir membre. Cette communauté présente une grande organisation, possède ses codes mais également ses hiérarchies, et ses sanctions et tensions.
- Allonger, étirer et déployer le moment de la réception pour que celle-ci ne se termine pas et constitue une boucle infinie.
- Être un public expert, puisque le fan connaît l'œuvre suffisamment pour s'adonner à un braconnage culturel, source de sa créativité.
- Être un producteur de sens et de contenus. Le fan réinterprète les œuvres, les décortique, les analyse, propose des remix et des collages, des mélanges de genres et d'œuvres. Il crée des productions qui vont de l'écriture de fan fictions au montage vidéo, ou encore au dessin de fan art.
- S'engager socialement, culturellement et politiquement pour déployer son identité personnelle et collective dans la sphère publique. <sup>33</sup>

Nous nous appuyerons beaucoup sur ces notions dans le cours du devoir, notamment sur la premier et le cinquième point puisque les fans de Kpop élargissent et déploient le moment de réception de l'œuvre en évoquant et publiant quotidiennement des contenus numériques sur leurs groupes. Le second point est important également dans la réappropriation que font les fans de ces œuvres et de ce merchandising en créant leurs propres collections et échanges

---

<sup>31</sup>Christian Le Bart, « Stratégies identitaires de fans : l'optimum de différenciation. » *Revue française de sociologie*, Presses de Sciences Po / Centre National de la Recherche Scientifique, 2004, p. 283-306. (halshs-00152589)

<sup>32</sup> Ibid, p. 284

<sup>33</sup>Mélanie Bourdaa, « Les fans, ces publics si spécifiques. Définition et méthodologie pour le chercheur », *Belphégor* [En ligne], 17 | 2019, mis en ligne le 18 avril 2019, consulté le 10 août 2022. URL : <http://journals.openedition.org/belphegor/1701> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/belphegor.1701>

organisés. Ainsi la création de lien social avec les hashtags sur les réseaux sociaux mais aussi l'intelligence collective des fans qui s'entraident dans leur collection de photocards nous intéresse à la lumière des analyses de Mélanie Bourdaa.

En cherchant des études sur les fandoms de Kpop spécifiquement, je n'ai vu la notion de genre féminin spécifiquement abordée que dans un mémoire de recherche de Paola Verutti pour l'Université québécoise de Sherbrooke, où elle explique l'organisation des fans féminines québécoises de Kpop. Sa méthodologie est simple et elle cherche à comprendre comment les jeunes femmes sont devenues fans de Kpop et quel est l'impact de cette passion dans leur vie quotidienne. Elle s'intéresse alors plus aux fans et à leur identité et leur parcours de vie, en tant que femmes; ce qui m'a inspirée pour aller observer du côté des fan studies qui évoquent le genre, et si des liens entre ces deux milieux avaient déjà été étudiés, afin d'affiner mes hypothèses. C'est avec les travaux de Mélanie Bourdaa sur la jonction entre les *fan studies* et les *gender studies* que j'ai pu construire des éléments de réflexion. Je m'appuierai donc sur la publication littéraire d'un workshop organisé le 24 Septembre 2015 par Mélanie Bourdaa et Arnaud Alessandrin à l'IUT Michel de Montaigne : « Fan studies et gender studies : la rencontre ». Aujourd'hui, on s'intéresse à une de ces sous cultures féminines de l'intime qu'est la Kpop, et qui apparaît comme marginale dans la société à cause des individus féminins et/ou queers qui la composent, alors qu'elle est largement consommée. Pourquoi la Kpop serait-elle exclusivement féminine ? Ou plutôt comment cela se fait-il que cette sous-culture se veuille féminine et comment les femmes s'organisent entre elles dans ces communautés en presque non-mixité. A l'inverse de milieux musicaux plus masculins, où les hommes se retrouvent entre eux, évoquent leur monde et se socialisent entre eux contre la féminité, la pop music s'éloigne de cette virilité et de cette injonction placée sur les hommes, et s'intéresse aux pensées féminines. On analysera donc les interactions entre les Kpop Stans sur les réseaux sociaux, mais aussi leur organisation économique sous-jacente à l'aune de ces fan studies et gender studies réunis. Mélanie Bourdaa dit par ailleurs que

[Les fans] se confrontent donc aussi directement aux problématiques de genre dans leurs pratiques quotidiennes : certains artistes ou séries ont en effet engendré des fandoms plutôt masculins ou plutôt féminins ; de même, certaines activités créatives semblent plutôt spécifiques à un genre, voire à une certaine identité sexuelle (Hellekson & Busse, 2006 ; Le Guern, 2007). Dès lors, de quelle manière toutes ces

formes d'expressivité au cœur des fandoms travaillent-elles le genre, tout en mettant en lumière les caractéristiques et les représentations genrées des fans? <sup>34</sup>

Si la place des femmes dans les industries culturelles a été initiée de manière pionnière par Michelle Mattelart dans les années 1970-1980, les *gender studies* ont continué d'occuper une place importante et pertinente dans les SIC. Comme le soulève Virginie Julliard <sup>35</sup>, le concept de genre et ses manifestations ont un caractère transdisciplinaire qui n'est pas incompatible avec d'autres disciplines universitaires. En effet, *gender studies* et *fan studies* ici se complètent même puisque l'on cherche à comprendre les dynamiques de genre et la surreprésentation féminine dans une industrie culturelle spécifique comme la Kpop. Elle expose par ailleurs une réflexion de Stéphanie Kunert et Karine Berthelot-Guiet qui soulignent que « Les réflexions sur le genre sont accueillies en France dans des disciplines qui correspondent au paysage universitaire français. De fait, elles se développent avec ou en fonction des ancrages théoriques de ces disciplines ». <sup>36</sup> Il s'agira alors d'utiliser la sémiotique dans notre analyse de corpus sur les fans de Kpop, dans la mesure où les comptes, les tweets sont autant de signes numériques qui permettent de comprendre le comportement des fans. Notre sujet ne sera pas d'analyser les discours de rapport de sexe et de genre dans les médias et dispositifs numériques face aux fangirls, ni même d'étudier la différenciation de considération entre cultures dites féminines et masculines, mais plutôt de comprendre les dynamiques internes des communautés de fans et dans quelle mesure existe une surreprésentation des femmes et personnes sur le spectre féminin dans celles-ci. En effet, en interrogeant les fans et en observant leurs pratiques il s'agira de comprendre pourquoi et comment ils se reconnaissent comme pairs et s'organisent. Dans ce travail d'étude, on analysera la fan culture au travers de la terminologie « *stan* » qui est largement utilisée par les fans de Kpop directement qui se réfèrent à des « Kpop stans », nous discuterons la différence entre *fan* et *stan* plus tard, bien que le *stan* soit une évolution acméique

---

<sup>34</sup>Mélanie Bourdaa, Arnaud Alessandrin, *Fans & gender studies: introduction*. Mélanie Bourdaa; Arnaud Alessandrin (dir.), Tédère, Passage aux actes, p.17, 2017

<sup>35</sup> Virginie Julliard, « Un mode d'appropriation des *gender studies* par les sciences de l'information et de la communication : la sémiotique du genre », *Questions de communication*, 2014/1 (n° 25), p. 223-243. DOI : 10.4000/questionsdecommunication.9028. URL : <https://www-cairn-info.accesdistant.sorbonne-universite.fr/revue-questions-de-communication-2014-1-page-223.htm>

<sup>36</sup> Karine Berthelot-Guiet, Stéphanie Kunert, « Les langages du genre : sémiotique et communication », *Communication & Langages*, coords, 2013, 177, pp. 45-134. cité par Virginie Julliard dans, « Un mode d'appropriation des *gender studies* par les sciences de l'information et de la communication : la sémiotique du genre », *Questions de communication*, 2014/1 (n° 25), p. 223-243. DOI : 10.4000/questionsdecommunication.9028. URL : <https://www-cairn-info.accesdistant.sorbonne-universite.fr/revue-questions-de-communication-2014-1-page-223.htm>

du *fan*. En effet, différentes communautés s’y retrouvent et particulièrement les communautés de *stans*, personnes qui pratiquent donc une stan culture (ou fan culture plus poussée et investie) à travers une identité numérisée d’eux-mêmes. Si le début de l’usage de la terminologie *stan* s’apparente aux années 2000 lorsque le rappeur Eminem sort cette production « Stan » dont les paroles reposent sur l’allégorie du fan presque psychotique et obsessionnel envers son idole (qui n’est autre que lui-même), les lignes ont changé depuis les années 2010. En effet, aujourd’hui la *stan culture* est devenue un phénomène plus global et les définitions sont multiples, plus poreuses et moins figées, tant les pratiques de fans sont étudiées et démocratisées.

Ainsi, le système réticulaire à la fois social et économique des Kpop Stans sur les réseaux sociaux semble être encore une part d’ombre à éclaircir, puisqu’on se rend compte que ces espaces féminins ne sont pas étudiés dans leur profondeur, qu’il manque encore des choses. En effet, les modes d’écriture de soi mais aussi et surtout ces échanges numériques d’items, de merchandising et de collection ne semblent pas connus. Je cherche donc à comprendre comment les Kpop stans sont amené.es à devenir fans de Kpop mais aussi et surtout comment iels sont arrivé.es sur Twitter et sur Instagram. Par extension, quels en sont leurs usages et comment la Kpop devient un hobby de collection et un hobby économique. On cherche également à comprendre comment les fans se mettent en scène par rapport aux objets qu’iels collectionnent et comment les dispositifs numériques sont utilisés pour se représenter et représenter ces objets

---

## Méthodes de recherche et choix de corpus

Je me suis d'abord arrêtée sur le terrain de Twitter et plus précisément du Kpop Stan Twitter, nom que l'on donne prosaïquement aux communautés de fans sur Twitter. Étant moi-même avec un compte fan sur ce réseau social, j'ai voulu interroger notre vocabulaire, nos manières d'écrire et de penser, pour à la fois faire le lien avec les codes d'écriture du numérique mais aussi ceux de la fan / stan culture. En effet, rien que le fait que nous nous auto-proclamons des personnes « DU Stan Twitter » en dit beaucoup. Le caractère singulier du groupe grammatical « Le Stan Twitter » laisse flotter l'idée que nous sommes dans une grande communauté unique où chacun.e co-existe les un.e.s avec les autres dans un microcosme numérique que serait la communauté Kpop. Il existe dans ce microcosme différentes sous-communautés séparées soit par localisation géographique mais aussi par fandoms. Ainsi, on oppose le Stan Twitter FR (pour Français) aux Inters (pour les internationaux). Dans ce cas de figure je me suis concentrée sur le Stan Twitter français, notamment dû à la proximité géographique et culturelle qu'il comprend. Toutefois, il faut savoir que les terminologies et le vocabulaire numérique mais aussi de la Kpop sont majoritairement, voire exclusivement anglophones. En effet, au sein même des communautés de Kpop Stans françaises, ce sont les termes anglais et/ou coréens implémentés et utilisés par l'industrie elle-même que nous retrouvons. Par ailleurs, il arrive que des personnes du Stan Twitter français tweetent totalement en anglais sur quelques tweets pour plusieurs raisons : soit pour répondre à un tweet déjà en anglais venant de l'inter, ou pour avoir un meilleur reach à l'inter, même si elles sont en France.

A l'appui quelques exemples de personnes que j'ai pu interroger pour ce travail de recherche:



L'omniprésence de l'anglais et d'un vocabulaire très spécifique sera discuté dans ce travail, avec un glossaire à l'appui<sup>37</sup>. Comme on peut le voir sur ces screenshots, des termes particuliers comme « *comeback* », « *fancall* », « *bias sorting* », « *stan* », « *verse* », « *title* », « *b-side* » apparaissent. Ils relèvent du vocabulaire de la musique, mais aussi du vocabulaire de la fan culture et dont certains plus précisément de la Kpop. Pour évoquer n'importe quel sujet autour de ces Kpop stans il fallait donc au préalable poser les bases et comprendre ce que ces mots voulaient dire, pour pouvoir observer plus en détails leurs comportements numériques et la manière dont elles s'écrivent.

Je me suis donc renseignée directement auprès d'elles en revêtant le costume d'enquêtrice au sein de mes propres communautés. Pour chercher et trouver des personnes susceptibles de répondre à mes questions à la fois personnelles sur leur vie de fan, mais aussi plus factuelles sur la Kpop et le fonctionnement numérique j'ai donc fait ce qu'il y avait de plus simple et de plus logique, j'ai fait un appel à entretien sur Twitter directement, depuis mon compte fan, tout en précisant la portée et la nature de mon étude. Le fait d'être fan a été une méthode plus efficace dans le cadre du recrutement et des entretiens en eux-mêmes puisque le fait que la demande vienne d'un compte lui-même fan ajoute un sentiment de confiance et de proximité permettant à mes entretiens de se livrer plus facilement. J'ai alors pu obtenir des likes, des retweets et par extension des messages privés ou des réponses positives, qui m'ont permis d'interroger sept fans. J'ai interrogé des personnes de fandoms différentes étant donné que la porosité des communautés fait que les Kpop stans *stannent* en général plusieurs groupes, et que

---

<sup>37</sup> Glossaire p. 5

chacun des *fandoms* fonctionne similairement. Les entretiens ont par ailleurs été très éclairants sur les limites et les rencontres entre ces fandoms qui sont toujours en discussion, en débat, en rencontre mais aussi en confrontation. En effet, il existe autant de fanbases qu'il existe de groupes de Kpop et souvent on ne se cantonne pas à un seul groupe.

J'ai donc opté pour un entretien compréhensif, structuré en plusieurs parties dans lequel les questions amenaient à discuter entre pairs. « L'identité de fan donne lieu à des présentations de soi très stratégiques : elle est assumée en interne avec d'autres semblables, récusée en externe par crainte d'être stigmatisée. »<sup>38</sup>

La grille d'entretien contenait alors plusieurs grands questionnements :

- La présentation personnelle de soi, son parcours et comment elle/il a été amené.e à devenir fan
- Son rapport à la musique et à la passion de manière générale, partie d'entretien qui a été enlevée après trois essais, puisque les fans répondaient déjà automatiquement par le biais de la Kpop, répondant ainsi en avance à des questions prévues quelques lignes plus tard. Je me suis rendue compte que cette partie faisait alors doublon avec la suivante.
- Son rapport et sa définition de la Kpop, ce qu'elle est, ce qu'elle représente pour la personne, quelles sont les terminologies, comment les groupes et les artistes communiquent et produisent.
- Son rapport à Twitter et au numérique, comment les personnes écrivent et s'écrivent, comment elles interagissent et comment les fandoms fonctionnent par rapport à cette industrie
- Ses cercles sociaux élargis et comment les vies sur les réseaux sociaux rejoignent leur vie réelle, quelles étaient les différences et l'impact de l'une sur l'autre

Lors de ces entretiens j'ai alors eu la chance d'avoir accès aux pensées et vies intimes de ces différentes fans qui m'ont raconté leurs rapports à la musique, la culture, aux industries culturelles et à la Kpop. S'est alors co-construit un discours avec elles puisque mes questions

---

<sup>38</sup> Christian, Le Bart « Stratégies identitaires de fans. L'optimum de différenciation », Revue française de sociologie, vol. 45, no. 2, 2004, pp. 283-306.

ont été l'occasion de débattre et discuter entre nous des définitions et représentations de la Kpop, de la fangirl, des réseaux sociaux, me menant ainsi à repenser mon sujet selon leurs retours. Si quelques hypothèses préalables que j'avais ont bel et bien été discutées, d'autres ont disparu car je me rendais compte que les réponses n'étaient pas spécialement vives, notamment sur la dernière partie où les personnes étaient moins bavardes.

Si je pensais au départ ne m'intéresser qu'à Twitter, les entretiens m'ont poussé à élargir et aller voir du côté de la collection et de l'échange, et donc d'Instagram, véritable berceau d'une microéconomie sous-jacente. Plusieurs des fans interrogées m'ont avoué avoir comme activité personnelle de faire de l'échange, achat et revente d'objets de Kpop. Je suis également insider de ce milieu et j'hésitais beaucoup à cloisonner les deux réseaux sociaux et leurs utilisations par les fangirls, toutefois l'importance de ce channel est remonté plusieurs fois dans les entretiens et m'a poussé à problématiser également ce pan de la stan culture et de la fangirl. Le sujet des fans et la collection ne sont pas nouveaux, on compte notamment les travaux de Le Bart et la posture du collectionneur<sup>39</sup>, D'autant plus que ces comptes Instagram de l'échange représentent un monde très fermé et difficile d'accès, là où il est difficile de connaître son existence lorsqu'on y est extérieur. Depuis ces informations liées aux entretiens, j'ai eu matière à analyser et faire de la sémiologie des comptes Twitter et Instagram de ces fans, ainsi que leurs chambres et les manifestations physiques de leurs collections, soit des murs, des étagères et bibliothèques d'albums de Kpop, mais aussi des classeurs, qu'on appelle des *binders*, dans lesquels les fans rangent leurs items.

---

<sup>39</sup>Christian Le Bart, « Stratégies identitaires de fans. L'optimum de différenciation », *Revue française de sociologie*, 2004/2 (Vol. 45), p. 283-306. DOI : 10.3917/rfs.452.0283.  
URL : <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-sociologie-1-2004-2-page-283.htm>

---

## Problématiques et Hypothèses

En vue de ces observations, et du constat de ce succès de la Kpop sur la scène internationale mais aussi et surtout sur la jeunesse française connectée, nous tenterons de comprendre **comment la Kpop, comme vague culturelle récente, érige une *fan culture* principalement féminine qui repose sur une fabrique numérique de soi et une marchandisation de produits dérivés ?**

Notre première hypothèse porte sur les spécificités stratégiques et économiques de l'industrie culturelle de la Kpop. Elle apparaît comme une industrie culturelle avec une identité forte qui s'appuie sur la puissance des *fandoms* pour se pérenniser. Il s'agit donc d'étudier les modes de production de contenus musicaux en contexte avant d'en comprendre l'impact sur les fans.

Notre deuxième hypothèse s'appuie davantage sur les récits et trajectoires des *stans* rencontrées et quelles sont leurs pratiques personnelles. Ainsi nous postulons que la fangirl de Kpop est une entité sociale numérique créée et entretenue par cette industrie culturelle grâce à des contenus et des produits matériels circulants. En effet les fans semblent construire leurs profils numériques pour appartenir et interagir quotidiennement avec des *fandoms* autour des groupes de kpop, des *idols* et productions audiovisuelles circulantes.

Enfin, notre troisième hypothèse stipule que la microéconomie de l'échange et de la collection d'objets de Kpop par les fans est une manifestation même d'une fabrique de soi et de son espace intime. En effet les fans se réapproprient le *merchandising* et les objets vendus par l'industrie pour en créer des collections personnelles, entretenues par des réseaux numériques fermés aux individus extérieurs aux *fandoms*.

---

## Annonce de plan

Dans un premier temps, nous allons étudier les mécanismes mis en place par l'industrie de la Kpop et comment ceux-ci sont axés et dirigés vers les fans. Nous comprenons donc comment l'univers de la Kpop et de ses *idols*, figures de proue de cette industrie, s'impose culturellement sur la scène occidentale et plus particulièrement au sein de communautés de jeunes adolescentes. Cette partie permet de brosser un portrait général et historique de la Kpop et de sa diffusion à différents niveaux dans la sphère culturelle occidentale, ainsi que de voir comment se pérennisent les dynamiques économiques et sociales engendrées par les entreprises musicales et leurs produits culturels.

Dans un deuxième temps, nous étudierons plutôt comment les fans se racontent et s'écrivent dans leur monde numérique. Dans cette partie il s'agira alors de se concentrer sur le microcosme du Stan Twitter français et la fabrique numérique de soi en tant que Kpop stan mais aussi en tant que fangirl adolescente dans un espace numérique codifié et auto-régulé par la communauté. Le *Stan Twitter* devient alors un lieu de socialisation féminine et de rencontre à part entière.

Enfin, nous comprendrons dans une dernière partie comment les Kpop stans se réapproprient les produits culturels sud-coréens en intégrant et créant toute une micro-économie sous-jacente de l'échange et de la collection. Cette partie mettra en lumière, grâce à une étude de cas des échanges de photocards et de merchandising via Instagram, comment les fans s'organisent dans un système réticulaire numérique socio-économique à l'abri des regards et comment celui-ci est consécutif du modèle de marchandisation de la musique sud-coréenne. En effet, le mode de collection personnelle et d'échange des Kpop stans est encouragé par la forme que prennent les objets matériels de merchandising.

---

# I. Le modèle artistique et économique de la Kpop : co-production entre les Entertainments et les fandoms

La Kpop, plus qu'un genre musical, s'avère être un univers large et complexe qui repose sur des dynamiques spécifiques à elle-même. Celle-ci est communément réduite à une typologie de musique du monde, encore trop lointaine pour pouvoir y déceler des sous-catégories internes. L'industrie musicale sud-coréenne dans sa quasi-entière est incluse sous la terminologie de Kpop dans le sens où elle correspond plus à un système et une industrie culturelle dans laquelle sont manifestement impliqués les artistes de ce pays. On accorde alors une importance au caractère spécifiquement coréen de cette industrie et de ce système qui découle d'une culture du divertissement qui leur est propre et qui repose sur la *fan culture*. Si la Kpop est aujourd'hui un système bien ancré et rôdé dans les communautés de fans françaises c'est aussi et avant tout parce qu'elle a su s'implanter et séduire le public, même sur le continent d'à côté. Rappelons dans un premier temps l'histoire et le cadre de l'expansion de la Kpop à l'échelle mondiale.

## A. La Kpop : un *soft power* puissant qui émane de Corée du Sud.

### A.1. Aux origines de la Kpop : une volonté politique et économique d'expansion par la Hallyu

Nous avons déjà formulé une brève définition de cette « *hallyu* », grâce aux travaux de Hong Seok-Kyeong<sup>40</sup> qui met en exergue le caractère d'exportation internationale de la Kpop

---

<sup>40</sup> Seok-Kyeong Hong, « For new cultural policy for hallyu », The Korea Times, Mai 2022, [https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2022/05/398\\_329724.html](https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2022/05/398_329724.html)

et des Kdramas<sup>41</sup>, soit des produits culturels de divertissement sud-coréens principaux. Toutefois cette dynamique d'exportation est originellement voulue et implémentée par les pouvoirs publics qui y voient une opportunité diplomatique de développement du pays et de rayonnement. En ce sens, la Kpop est un produit parmi d'autres dans le cadre de politiques diplomatiques autour du *soft power*. Cette notion de *soft power* est une terminologie inventée par Joseph Nye<sup>42</sup>, utilisée en relations internationales, qui stipule qu'elle est une « habileté à séduire ». En d'autres termes elle est une puissance douce soit une puissance non coercitive d'un Etat sur d'autres. Nye s'attache alors à rationaliser le périmètre de l'attractivité de la culture d'un pays, de ses idéaux et de son influence hors de ses frontières. Il s'oppose alors au « *hard power* » qui lui renvoie à une puissance dure donc une puissance militaire obtenue par la force. La séduction est l'un des principaux leviers du *soft power* et s'appuie sur un modèle culturel ou une idéologie charmante. Ainsi dès les années 1990, échapper à l'image d'un pays en développement et montrer la puissance culturelle du pays fut un des facteurs clés de décision pour les pouvoirs publics sud-coréens. Si avant cette décennie la tendance sud-coréenne était plus à la conservation qu'à l'exportation, elle s'est inversée à cette période. Par ailleurs Eric Bidet précise que « sont également mis en place à la même époque la plupart des acteurs institutionnels qui vont contribuer au développement des produits culturels et à leur diffusion à l'étranger, notamment un ministère de la Culture en 1990 et un bureau des industries culturelles au sein de ce ministère en 1994. »<sup>43</sup> Les biens culturels se diffusent alors de plus en plus, dont les produits musicaux et audiovisuels qui se sont développés et perfectionnés au fil des années grâce aux entreprises privées de divertissement alors très influentes, ici constituées d'*Entertainments*. Ces entreprises dites « *Entertainments* » dans le cadre de la scène musicale correspondent non seulement à une maison de disque et un label mais aussi une société de production de musique, une société de gestion d'événements et de concerts et une maison d'édition musicale. Ils proposent aux artistes un suivi complet, du recrutement, à l'entraînement jusqu'au lancement et à son suivi une fois sa carrière entamée.

---

<sup>41</sup> Séries télévisées dramatiques sud-coréennes, produites en langue sud-coréenne pour un public d'abord local puis international. Elles sont vectrices de modes culturelles et sont également des produits exportés au même titre que la Kpop, mais nous ne nous concentrerons pas sur celles-ci.

<sup>42</sup> Joseph Nye, *Bound to Lead : The Changing Nature of American Power*, New-York, 1990

<sup>43</sup> Eric Bidet, « La construction du « soft power » : l'exemple de la Corée du Sud », *CERISCOPE Puissance*, 2013, [en ligne], consulté le 14/09/2022, URL : <http://ceriscope.sciences-po.fr/puissance/content/part2/la-construction-du-soft-power-l-exemple-de-la-coree-du-sud>

A ce moment-là, la Chine est le principal partenaire commercial de la Corée du Sud et cette vague a pris de l'ampleur lorsque celle-ci a pris le parti d'exporter ses produits de divertissement vers son voisin. D'après Eric Bidet « Le terme hallyu apparaît pour la première fois dans des magazines chinois pour traduire l'inquiétude devant l'importance prise par certains produits culturels coréens, puis il est relayé dans les médias coréens en 2001 avant que le gouvernement se l'approprie pour en faire un élément stratégique de développement.»<sup>44</sup>

## **A.2. Le poids des générations et des « concepts » dans une industrie en constante modernisation**

La Kpop et les Kdramas se sont ainsi vite implantés et popularisés dans les communautés d'adolescents et jeunes adultes chinois. On comprend alors l'arrivée de ce qu'on appelle « la première génération » de groupes. La Kpop a été présentée à Pékin pour la première fois en 1997 suivi de près par le concert de H.O.T, groupe de la SM Entertainment dans le Gymnase des travailleurs de Pékin trois ans plus tard. Depuis ces événements, les groupes de Kpop, les *idols*, la danse et toute cette culture sud-coréenne s'est largement propagée en Chine. Après les succès de cette première génération de groupe, les médias coréens se sont appropriés ce terme de *hallyu*, alors utilisé par le *Quotidien des Jeunes Pékinois* dès 1999, et l'ont utilisé sérieusement jusqu'à créer des programmes touristiques à ce nom.<sup>45</sup> En effet, la Corée du Sud joue de son *soft power* en créant des voyages sur le thème de la Hallyu, permettant aux fans touristes de visiter le pays sous l'angle des Kdramas ou de la Kpop. Sont alors proposées des visites de lieux de tournage, mais aussi les sièges sociaux des *Entertainment* ou des bâtiments de *trainings* des artistes dans le but d'attirer les adeptes et les fans : « Je voulais vraiment aller au COEX<sup>46</sup>, parce que [c'est le musée de la SM].[...] c'était un vrai truc pour moi quand j'étais petite, si j'allais en Corée c'est vraiment juste pour aller le voir, aller voir les petits casiers rouges des artistes c'était vraiment mon rêve. »<sup>47</sup>

---

<sup>44</sup> Ibid.

<sup>45</sup> Youngjin Dal, Yoon Kyong, Wonjung Min, *Transnational Hallyu, The Globalization of Korean Digital and Popular Culture*, « Chapter 1. Emerging New Wave: Transnational Hallyu » May 2021

<sup>46</sup> SM Town COEX Atrium Bâtiment d'entraînement et de tournage des artistes, devenu un musée.

<https://koreabyme.com/sm-town-coex-atrium/>.

<sup>47</sup> Annexe 7, Entretien 6 : Inès

La *Hallyu* ne s'est pas arrêtée aux années 1990 et continue de se moderniser et de se développer en adéquation avec les évolutions sociétales et les évolutions de consommation. On parle alors même de « *hally 2.0* ». Eric Bidet précise que :

L'appellation *hallyu 2.0*, apparue récemment, fait référence à l'extension de la vague coréenne au-delà de l'Asie et *via* Internet pour inclure notamment des contenus culturels davantage liés aux nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) (jeux vidéo, contenus pour téléphonie portable, clips diffusés en ligne).<sup>48</sup>

En effet, comme évoqué précédemment elles fonctionnent par génération, d'où l'utilisation des termes de *1st gen*, *2nd gen*, *3rd gen* et *4th gen* dans les communautés de fans de Kpop. Cette idée est comprise et acceptée par les fans qui séparent alors les groupes dans des catégories générationnelle qui nous disent « j'ai vu la fin de la *2nde Gen*, la *3ème Gen* en entier et maintenant la *4eme Gen* »<sup>49</sup>, ou « dans la Kpop il y'a ce système de générations qu'il n'y a pas dans la pop américaine, les artistes de 2ème et 3ème génération ne sont pas du tout mis au même pied que les artistes de 4ème génération. »<sup>50</sup>

Ces différentes générations correspondent à des vagues (on trouve donc bien ici la *hallyu*) culturelles, dont les approches évoluent. Les générations sont aussi déterminées par l'âge moyen des membres qui débute mais aussi et surtout par leurs couleurs artistiques et concepts.

[Les générations diffèrent dans leurs] critères, comme la façon dont le groupe est *promote*<sup>51</sup>, l'audience du groupe, son style et les gens vers lesquels ils vont se tourner. Par exemple la *2nde Gen*, ça va beaucoup être Hip-hop des années 90, ou bien [sonorités] japonaises, vraiment pas occidentales ; alors qu'à partir de la *3ème Gen*, par exemple avec BTS et « Fire »<sup>52</sup>, tu vois vraiment un retournement, et la *4ème Gen*, [c'est] le bruit. <sup>53</sup>

---

<sup>48</sup> Eric Bidet, « La construction du « soft power » : l'exemple de la Corée du Sud », *CERISCOPE Puissance*, 2013, [en ligne], consulté le 10 Septembre 2022, URL : <http://ceriscope.sciences-po.fr/puissance/content/part2/la-construction-du-soft-power-l-exemple-de-la-coree-du-sud>

<sup>49</sup> Annexe 7, Entretien 6 : Inès.

<sup>50</sup> Annexe 8, Entretien 7 : Shana

<sup>51</sup> anglicisme pour « promu »

<sup>52</sup> BTS (방탄소년단) '불타오르네 (FIRE)' Official MV, <https://www.youtube.com/watch?v=4ujQOR2DMFM>

<sup>53</sup> Annexe 7, Entretien 6 : Inès

Si l'on entre plus dans le détail de la musique, on comprend par la suite que la Kpop évolue avec son temps et que chaque génération se construit en s'améliorant et s'inspirant des apports précédents. A l'heure de la *hallyu 2.0*, les plateformes de vidéos en ligne ou les réseaux sociaux sont davantage mobilisés pour diffuser du contenu, et ces contenus là tout comme les artistes changent de modalités et de concept. On peut prendre l'exemple du label de la SM Entertainment et des concepts de groupes qu'ils ont pu promouvoir : leur groupe de la 2<sup>de</sup> génération EXO<sup>54</sup> en deux sous unités coréennes et chinoises est créé pour se promouvoir sur différents marchés asiatiques, ce qui représentait une innovation certaine dans la manière de promouvoir la musique et les artistes. Leur groupe de la 3<sup>ème</sup> génération, NCT<sup>55</sup> (*Neo Culture Technology*), débuté en 2017 a lui aussi un concept qui a du poids. En effet le groupe propose un modèle de formation complètement différent de l'Occident, ce qui en un sens attire les fans vers leurs contenus : c'est un groupe composé en tout de 23 membres répartis en sous-groupes modifiables à l'infini. Quelques années plus tard, en 2020, ils lancent le groupe féminin Aespa<sup>56</sup>, composé de 4 membres humaines, chacune couplée avec des alter egos numériques « *les aes* », significatif de la 4<sup>ème</sup> génération. Ce n'est que quelques exemples parmi d'autres pour montrer l'importance du concept et du groupe dans la Kpop, et ce qui fait son succès auprès des fans. Ainsi les Kpop stans interrogé.e.s nous ont principalement évoqué des pratiques actuelles de la 4<sup>ème</sup> génération, comme étant évolutive des autres. Alexia nous dit : « Avec la 4<sup>ème</sup> et 5<sup>ème</sup> génération de Kpop ils [font] des chorées qui [donnent] lieu à un challenge, [...] et on a envie de faire le challenge, d'écouter la musique, de participer, ça créé tout un monde, tout un réseau. »<sup>57</sup>

Les concepts, chorégraphies et clips vidéo (MV pour *Music Video*) prennent ainsi de plus en plus d'importance, à en juger les catégories de prix reçus lors des cérémonies musicales et l'impact des clips sur les fans. Les MAMA, Mnet Asian Music Awards, première cérémonie sud-coréenne a par ailleurs été fondée sur le modèle audiovisuel des Video Music Awards de MTV, donnant une place centrale à l'audiovisuel dans la musique. Lorsqu'on regarde les catégories proposées, des prix pour le meilleur réalisateur de clip, le meilleur ingénieur audiovisuel ou encore le meilleur directeur artistique pour un projet musical ressortent très

---

<sup>54</sup> EXO, SM Entertainment, <https://www.smtown.com/artist/musician/86>

<sup>55</sup> NCT, SM Entertainment, <https://www.smtown.com/artist/musician/10024>

<sup>56</sup> Aespa, SM Entertainment, <https://www.smtown.com/artist/musician/10766>

<sup>57</sup> Annexe 2, Entretien 1 : Alexia

vite.<sup>58</sup> Les fans nous disent aussi « que c'est une industrie où il y'a vraiment des artistes qui font quelque chose de stimulant , que ca soit dans la musique, dans la chorée ou dans les clips ».<sup>59</sup>

### A.3 Une forme prédominante : le *boy group* et le *girl group*

L'industrie de la Kpop offre aux fans une configuration quasiment toujours similaire et ainsi répond à leur horizon d'attente. Le groupe exclusivement féminin ou exclusivement masculin est quasi systématique, on parle alors de « *boy group* » ou de « *girl group* » dans le vocabulaire des acteurs de cette industrie, qu'ils s'agissent des agences/entertainments ou fans. Si l'on reprend les théories d'Adorno et Horkheimer, une des caractéristiques de l'industrie culturelle est de créer des produits essentiellement similaires qui conditionnent le mode de consommation des publics, ici des fans. Ils analysent les produits culturels de la musique comme des objets sensiblement similaires et structurés par le même agencement. Ainsi des chansons qui ont la même structure seront consommées de la même manière et l'on attendra la même chose de l'une ou l'autre. D'autre part, on attend une formation spécifique donc celle du *boy group* ou *girl group*, qui est une autre manière de parler de *boys bands* ou de *girls bands*, produits de la culture musicale populaire et de la fan culture emblématiques. Si l'on parlait déjà de Beatlemania dans les années 1960-1970, ce n'est que dans les années 1990 que le terme de « *boys band* » apparaît dans la presse française avec l'avènement d'une vague de groupes masculins comme 2BE3 ou G-Squad. Le dérivé féminin « *girls band* » apparaît rapidement après. Si ces terminologies sont des anglicismes apportés par les médias français, la Corée du Sud, elle s'abrège plutôt des termes de *boy group* et *girl group*, leur accolant une connotation moins péjorative et « préfabriquée » qu'on accorde à celui de « band ». Par exemple, la page de référencement d'informations sur la Kpop très prisée par les fans *KProfiles*<sup>60</sup> se trouve avoir des catégories bien spécifiques nommées « Girl Group » et « Boy Group ». De même, lors des cérémonies de prix musicaux officiels les catégories sont très claires et présentes dans les «

---

<sup>58</sup> Mnet Asian Music Awards, résultats 2021, présentant les gagnants dans leurs différentes catégories, [consulté le 10/09/2022], <https://www.mwave.me/en/mama/history/2021/winner/170>

<sup>59</sup> Annexe 2, Entretien 1 : Alexia

<sup>60</sup> Kpop Profiles, <https://kprofiles.com/> [consulté le 10 Septembre 2022]

meilleur groupe féminin », « meilleur groupe masculin » séparant ainsi les genres même au sein des groupes.<sup>61</sup>

Le choix des groupes exclusivement masculins ou féminins résulte à la fois de politiques marketing de l'industrie mais aussi de praticité d'organisation. Les agences, étant des lieux d'entraînement des artistes mais aussi des entreprises de management, ont des contrats qui demandent aux artistes de vivre dans des dortoirs ou appartements communs. Il est courant dans la culture sud-coréenne que les membres des groupes vivent ensemble et s'entraînent ensemble quotidiennement pour préparer les multiples activités de leurs plannings mais aussi pour favoriser le travail d'équipe et renforcer les liens. Ainsi dans les croyances culturelles et heteronormées selon lesquelles une colocation entre femmes et hommes serait inappropriée, il est rare de trouver des groupes mixtes. Par ailleurs, pour des questions de succès, les groupes masculins vont être promus auprès de publics féminins, et inversement pour les groupes féminins promus auprès de fans masculins. Le critique musical sud-coréen Seo Jeong Min Gap<sup>62</sup> a noté la difficulté pour un groupe mixte à attirer des fans d'un genre spécifique, et donc la difficulté pour celui-ci de fidéliser un fandom, pourtant crucial dans le succès d'un groupe de Kpop. Toutefois en observant les fans on comprend que les limites sont plus poreuses dans la réalité, avec pourtant un facteur de succès clé pour cette industrie étant que les *boy groups* et *girl groups* fonctionnent beaucoup mieux que les groupes mixtes. Les fans interrogés étaient par ailleurs fans des deux types de groupes confondus, avec pourtant une acceptation de la séparation des genres. Ainsi les *boy groups* et *girl groups* seront appelés « groupes de Kpop » pour la plupart du temps dans ce mémoire dans la mesure où les manières de promouvoir se rejoignent, mais qu'il était nécessaire de préciser la non-mixité des artistes.

Ainsi la Corée du Sud a su exporter et implanter son modèle culturel musical sur la scène internationale sur différentes générations, depuis les années 1990 jusqu'à aujourd'hui, les artistes de Kpop se pérennisent en même temps que les fandoms s'agrandissent et se fidélisent.

---

<sup>61</sup> Mnet Asian Music Awards, résultats 2021, présentant les gagnants dans leurs différentes catégories, [consulté le 10 Septembre 2022], <https://www.mwave.me/en/mama/history/2021/winner/170>

<sup>62</sup> Propos recueillis par les équipes de IT Info, traduit par les équipes de Kpop-News Inside, <https://kpopnews.atsit.in/fr/?p=11280>

## **B. Une industrie culturelle qui repose sur la force du groupe et du *fandom***

### **B.0. Qu'est ce qu'un *fandom* ?**

Un *fandom* est un mot valise anglophone composé de « *fan* » et « *domain* » couramment utilisé pour décrire un groupuscule de fans de quelqu'un ou de quelque chose. Ce sont des groupes plus ou moins organisés et ordonnés où des individus interagissent au regard de l'objet ou de l'artiste dont ils sont fans. Ainsi dans la Kpop il existe nécessairement des *fandoms* pour chaque groupe dans la mesure où ils sont identifiés et identifiables par des noms officiels spécifiquement recherchés et donnés par les acteurs de l'industrie. Atiqah Abd-Rahim décrit le *fandom* comme « faisant souvent référence aux activités partagées et collectives des fans et à leurs pratiques créatives. »<sup>63</sup> Ainsi la Kpop repose sur ces activités de fans collectives et partagées dans la mesure où tout contenu musical comme extra-musical est pensé en fonction de sa réception par les fans. En effet, les *entertainments* pensent et construisent les contenus avec les fans au même titre que pour les fans. Ceux-ci ont par ailleurs une définition particulière et précise de leur objet de fascination qu'est la Kpop, ce qu'on a pu leur demander dans les entretiens menés.

### **B.1. Une définition commune et quasi unanime de la Kpop par les fans**

La Kpop est une industrie qui fonctionne sur la passion et les pratiques de fans qui s'impliquent dans des activités. On se demande alors ce qui rend la Kpop si attrayante aux yeux des fans et comment les *fandoms* co-construisent la définition de ce qu'est la Kpop dans ses attributs comme dans ses modes de consommation. En effet, on a compris que les groupes de Kpop sortaient des MV lors de leurs *comebacks* et que ceux-cis s'accompagnaient de contenus promotionnels très précis et millimétrés, qu'ils soient musicaux ou extra-musicaux. Ces *comebacks*, donc retours sur la scène musicale, des groupes rythment la vie des fans et la vie du groupe tout en créant un rapport de proximité et d'attente entre le groupe et les fans. Les

---

<sup>63</sup> Atiqah Abd-Rahim, « Online Fandom: Social Identity and Social Hierarchy of Hallyu Fans », In : *The Journal for Undergraduate Ethnography* (revue en ligne, volume 9, n°1), 2019. Consulté le 11 Août 2022 sur <https://ojs.library.dal.ca/JUE/article/view/8885/7664>

pratiques de communication et de promotion numérique développées par ces industries sont placées sous le signe de l'abondance de contenus, et ce de manière exponentielle depuis la situation sanitaire du Covid-19. Dans le but de fidéliser une communauté de fans, ces industries mettent en place un flot de contenus presque inondant, que les fans appellent justement « *flooding* ». Ces sorties musicales sont millimétrées sur un planning promotionnel annoncé à l'avance aux fans sur les réseaux sociaux sous forme d'une image créée par un graphiste. Avant le clip musical sortiront donc des photos ou vidéos *teasers*, attendues par les fans. Entre ces *teasers*, ces clips et ces contenus, les fans se font alors entraîner dans un certain *bingewatching* et consomment ce flot de contenu sans limite. Selon leurs dires,

« C'est une industrie qui est impressionnante, je pense que quand on est en dehors de ça, on ne se rend pas vraiment compte à quel point ça fait de l'argent, vraiment c'est fou mais *insane*. En plus, y'a beaucoup plus de gens qu'on ne pense dans ce monde. »<sup>64</sup>. Ainsi la Kpop se caractérise par son abondance et sa capacité à emporter les fans dans son flot de contenus que les fans disent ouvertement apprécier. Pour eux le contenu et la forme des publications entourant les artistes font partie intégrante de la définition même de la Kpop:

Pour moi, c'est un style de contenus, c'est une industrie qui propose un style de contenus et ces contenus sont caractérisés par, de un, des clips avec un budget particulièrement haut et beaucoup d'investissement pour l'aspect visuel, de deux il y'a un rapport avec les fans très différent par rapport aux industries musicales occidentales.[...] j'aime aussi à quel point les musiques sont expérimentales; j'adore être surprise, dès qu'il y'a quelque chose de nouveau, qui sorte du moule. Dès que quelque chose est un peu original et qu'un artiste développe son style assez unique.<sup>65</sup>

De cette façon, la Kpop est une industrie qui prend les fans qui s'adaptent à ce mode de consommation et adaptent leurs pratiques en fonction du « spectacle »<sup>66</sup> qui leur est offert:

Moi ce qui m'a marqué c'est le spectacle, un peu comme Lady Gaga. Elle a toujours dansé, fait des *shows* [de fou], des clips [de fou]. J'étais pas déçue avec la Kpop, tu peux pas être déçue. Puis tu tombes dedans, tu te lèves, tu penses à la Kpop, tu manges, tu penses à la Kpop, enfin c'est très addictif. C'est fait pour être comme ça, du coup je [ne] culpabilise pas.<sup>67</sup>

---

<sup>64</sup> Annexe 4, Entretien 3 : Mila

<sup>65</sup> Annexe 2, Entretien 1 : Alexia

<sup>66</sup> Annexe 3, Entretien 2 : Julia

<sup>67</sup>Ibid.

La Kpop est pensée et comprise par les fans comme une industrie qui diffère de l'occidentale et qui donc les attire par ce *bias*. La différenciation et le caractère « nouveau », « original » et « inconnu » deviennent des éléments de *bias* par lesquels les fans entrent dans cet univers. L'aspect spectaculaire et culturel entrent en jeu et chacun.e y trouve un point d'entrée.

[Ce qui m'attire dans la Kpop, je pense] que c'est un tout, le MV, la danse, [ce n'est] pas ce qu'on a l'habitude de voir en France ou chez les artistes occidentaux. Les MVs sont beaucoup plus travaillés, et la danse n'en parlons pas. [Mais c'est] surtout découvrir toute la culture coréenne qu'il y avait derrière, moi la Corée je connaissais qu'en géographie. Avec la Kpop, j'ai découvert toute la culture.<sup>68</sup>

C'est pas les mêmes procédés musicaux, les instrumentaux c'est pas les mêmes; [...] l'agencement de la musique, la production, [il] y'a toujours quelque chose qui fait que c'est pas de la pop américaine. On n'en trouve pas beaucoup des artistes qui dansent en même temps qu'ils chantent, et là t'as vraiment des chorégraphies et tout, c'est pas juste un peu de danse dans la chanson.<sup>69</sup>

[Il] y'a une vraie dimension performative dans la Kpop, c'est [très] visuel. [...] Je suis assez d'accord pour dire que le MV est important pour l'expérience complète du son. Je sais que pendant le Covid ils avaient tendance à d'abord sortir l'album puis ensuite le MV mais moi j'attends toujours le MV, j'écoute pas sinon. Je sais que pas mal d'autres gens font ça aussi.<sup>70</sup>

La pluralité des genres musicaux est aussi un sujet qui revient souvent dans la bouche des fans attirés par la Kpop. Ils mettent en avant la diversité et la pléthore de styles comme un élément substantiel de cet univers qui les a attirés. Les différentes trajectoires des fans interrogées nous mènent à quelques conclusions similaires quant à leur approche de la Kpop par ce décloisonnement et l'exploration des genres musicaux. Si l'on a déjà évoqué la largeur de ce qui englobait la terminologie de Kpop, les fans y voient une réelle plus-value : « selon moi la Kpop n'est pas un style de musique, forcément, ce n'est pas un genre de musique parce qu'il y'a un peu de tout ; de l'alternatif, de l'EDM, du rock, du R&B, [il] y'a tout tout tout. »<sup>71</sup>

Nous avons également remarqué que les Kpop stans interrogé.e.s venaient tou.te.s d'origines musicales différentes, donc qu'aucun genre particulier n'était pré-requis au fait de « tomber »

---

<sup>68</sup> Annexe 8, Entretien 7: Shana

<sup>69</sup> Annexe 5, Entretien 4 : Akheane

<sup>70</sup> Annexe 7, Entretien 6 : Inès

<sup>71</sup> Annexe 2, Entretien 1 : Alexia.

dans la Kpop. Le point commun à chacun est une appétence particulière pour la musique et les arts musicaux, peu importe l'univers, du jazz et des musiques ethniques jusqu'au rap ou à la pop féminine, mais aussi à la pop-rock. La pluralité des genres est donc constitutive des fandoms de Kpop qui regroupent des personnes musicalement différentes mais similaires dans un sens. Si des personnes viennent d'un univers différent, il n'empêche que les fans et les fandoms s'unissent sur cette définition large commune et acceptée de tous.

## **B.2 La création de fandoms : volonté de l'industrie ou regroupement spontané ?**

Les *fandoms* de Kpop sont donc regroupés autour d'une industrie et d'un intérêt commun pour cette industrie, toutefois on se pose la question de l'origine de ces fandoms. Ils sont en réalité un résultat hybride entre une volonté des entertainements de créer une communauté forte et fidèle autour du groupe et un regroupement spontané de fans autour d'un groupe commun. Les fans se reconnaissent entre eux par un nom commun, des pratiques communes et des espaces qui leur sont attribués. Ainsi le but pour les *entertainments* est de créer des espaces de fans et donc de générer de l'émotion collective. Ils éventualisent même le fait de donner officiellement le nom du fandom. En effet, quand il groupe débute, il offre systématiquement un nom aux fans de manière officielle et l'annonce dans un contenu audiovisuel à une date précise qui deviendra l'anniversaire du *fandom*. Les études sur les émotions collectives en politique montrent que le principe de « l'émotion partagée » est un principe constitutif du groupe qui s'allie. Christophe Traïni parle de « dispositif de sensibilisation » qui permet au groupe de faire corps autour d'un dispositif, d'un élément central mis en place pour faire corps. « Par dispositif de sensibilisation, il faut entendre l'ensemble des supports matériels, des agencements d'objets, des mises en scènes déploient afin de susciter des réactions affectives qui prédisposent ceux qui les éprouvent à soutenir la cause défendue »<sup>72</sup>. Dans la Kpop on ne parle pas de cause défendue mais plutôt d'objet de fascination, on peut analyser les ensemble des supports mis en place par les entertainements pour susciter des réactions affectives chez les fans qui appartiennent au groupe du fandom.

---

<sup>72</sup> Christophe Traïni, *Les émotions collectives dans les mouvements sociaux : La mobilisation des soutiens et des adversaires de la protection animale* In : *Les émotions collectives : En quête d'un « objet » impossible* [en ligne]. Paris : Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales, 2020 (généré le 6 septembre 2022). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/editionsehess/29477>>. ISBN : 9782713231803. DOI : <https://doi.org/10.4000/books.editionsehess.29477>.

L'événementialisation de la date de l'annonce du nom du fandom comme étant son anniversaire est un exemple de dispositif mis en place pour créer un sentiment d'appartenance de fan. Par exemple le groupe Stray Kids a annoncé le nom officiel de leur fandom « STAY » le 1er Août 2018 avec une création audiovisuelle de 20 secondes<sup>73</sup>, et depuis chaque année à cette date là, des contenus spécifiques sont publiés pour célébrer l'anniversaire du fandom, notamment avec une semaine entière de contenus, qu'ils appellent #StayWeek et qui est relayée sur leurs réseaux sociaux et leurs plateformes qui réunissent les fans.<sup>74</sup> On pourrait aussi prendre l'exemple du fandom de NCT, appelé officiellement NCTzen pour NCT et « citizen », citoyen en français. Dans ce cas de figure les membres se sont tous réunis dans un live de plus d'une heure le 12 Juin 2017<sup>75</sup> pour annoncer de vive voix le nom du fandom, *live* alors considéré comme un événement où chaque année les membres postent des messages d'anniversaire et de remerciement à leurs fans. Le fait de nommer le fandom officiellement relève alors d'une construction collective voulue par le groupe et les fans. C'est un dispositif de sensibilisation dans le sens de C. Traïni puisque les subjectivités de chacun sont unifiées par un attribut commun qu'est le nom, mais aussi unifiée par un événement commun qu'est la date d'anniversaire. Les émotions des fans et du groupe sont rationalisées et canalisées en des mises en scènes conçues pour eux. Des caractéristiques communes aux fans au sein du fandom se dégagent alors et des émotions collectives se créent et des identités collectives par la même occasion. Par exemple, le fandom de NCT se revendique blagueur et moqueur sur Twitter, et c'est une perception d'eux-même qu'on retrouve dans les entretiens. « Je sais que dans mon fandom chez NCT, on est très blagueurs sur NCT, très blague pour se [moquer] des membres »<sup>76</sup> ou « parce qu'avec les NCTzens, tu peux vanner NCT tous les jours »<sup>77</sup>. Ainsi la terminologie de fandom tout comme les terminologies spécifiques propres à chaque groupe sont reconnues et acceptées dans le milieu des Kpop stans. Le fait que chaque groupe ait son nom de fandom officiel est acquis et connu ; ce qui se manifeste par ailleurs sur leurs profils en ligne qu'on analysera dans une seconde partie.

---

<sup>73</sup> [https://twitter.com/Stray\\_Kids/status/1024625853999665152](https://twitter.com/Stray_Kids/status/1024625853999665152)

<sup>74</sup> [https://twitter.com/stray\\_kids/status/1551583087964098560](https://twitter.com/stray_kids/status/1551583087964098560)

<sup>75</sup> [FULL] VICTORY ep.9 NCT #보고시퍼 (127, U, DREAM 멤버들 총출동!)  
<https://www.vlive.tv/post/1-18276310>

<sup>76</sup> Annexe 4, Entretien 3 : Mila

<sup>77</sup> Annexe 3, Entretien 2 : Julia

### B.3 : Le fan : un « co-producteur dévoué »

Fabien Hein<sup>78</sup> développe le concept de fan comme co-producteur, soit comme un acteur qui participe à la production culturelle. Il se place comme une ressource économique mais aussi une force de travail qui fait vivre l'artiste et l'objet d'admiration. Il explique que dans un contexte de digitalisation de la musique et de ses modes de création, la participation du fan permet de renouveler l'industrie et de lui donner de nouvelles formes. Le fan n'est plus seulement consommateur culturel mais bien producteur culturel en ce sens où il promeut l'artiste et crée du contenu à différentes échelles. Le fan, au travers des fandoms numériques mais aussi au travers de sa créativité, s'implique dans un « modèle collaboratif. »<sup>79</sup>

Ce nouveau mode de fonctionnement, que M.-A. Dujarier (2008) nomme « coproduction collaborative », empêche désormais l'artiste de réduire le fan à un simple « tiroir-caisse ». De même que pour le fan, il devient inenvisageable que son artiste favori puisse le tenir à distance. [...] Dans ce modèle collaboratif, l'artiste invite le fan à s'impliquer concrètement dans le développement de sa carrière. Une invitation à laquelle le fan, généralement désireux de participer, consent volontiers. Ce déplacement du fan dans le circuit de la production culturelle produit trois effets interdépendants. Premièrement, il rapproche quelquefois radicalement les deux extrémités du circuit de production culturelle. Deuxièmement, il supprime une série d'intermédiaires opérant au sein des industries culturelles. Troisièmement, il reconfigure l'organisation du travail.<sup>80</sup>

Les Kpop stans participent en ce sens à une coproduction collaborative maximisée puisqu'ils sont impliqués dès le départ dans les circuits de production en choisissant les membres d'un groupe qui va débiter au travers d'émissions de survie, les *survivals*, donnant ainsi une certaine légitimité en plus à la place du *fandom*. Si Fabien Hein parle de co-producteur dévoué, le fan ici s'implique d'une part économiquement dans son activité mais aussi émotionnellement, et cette implication est voulue par les *entertainments*. En effet, la culture du *survival show* est omniprésente dans la Kpop et dans l'univers des Kpop stans et il est impossible de passer à côté lorsqu'on discute avec certains d'entre eux. Certains groupes sont montés presque entièrement par les votes du public, en plus des avis des jurés, après des semaines et des mois

---

<sup>78</sup> Fabien, Hein, « Le fan comme travailleur : les activités méconnues d'un coproducteur dévoué », *Sociologie du travail* [En ligne], Vol. 53 - n° 1 | Janvier-Mars 2011, mis en ligne le 15 novembre 2018, consulté le 7 septembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/sdt/6558> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/sdt.6558>

<sup>79</sup> Ibid

<sup>80</sup> Ibid

d'émission digitalisée durant lesquelles les *trainees* proposent des performances. Le groupe est alors co-construit avec les fans qui choisissent les artistes et personnalités qu'ils souhaitent retrouver dans le futur groupe. C'est le cas par exemple d'Enhypen, groupe formé à l'issue du survival show « *i-land* »<sup>81</sup> par l'agence de BTS, BigHits. Les artistes étaient classés après chaque performance selon leurs niveaux et selon leur popularité dans les votes des fans, alors séparés par pays.

Le caractère participatif ne s'arrête pas à la co-construction des groupes mais continue même sur la promotion de ceux-ci, étant donné que les fandoms et « fan-clubs » (Hein) s'unissent pour donner de la visibilité à leurs artistes. Dans ce sens « le fan est bien envisagé comme une ressource d'avenir pour l'industrie de la musique. On attend de lui qu'il participe d'une forme de marketing viral. »<sup>82</sup> C'est à dire parler du groupe dans des communautés en ligne, faire sa promotion dans des stories ou publications, organiser des promotions ou des votes mais aussi des *streaming parties*, soit des moments organisés dans lesquels les fans doivent regarder les clips ou écouter les musiques pour augmenter rapidement les vues. D'autres fans plus téméraires créent même des fanbases en ligne pour les groupes et/ou les membres de ceux-ci, une fan nous dit : « j'ai mon compte Seungmin pour un membre de Stray Kids, qui est mon membre préféré et de qui je poste des photos quotidiennement, pour faire sa promotion. »<sup>83</sup>, quand une autre nous dit : « j'ai créé un compte fan pour Stray Kids et NCT, Stayzenfiles, [qui poste des photos des deux groupes] et j'ai aussi créé un compte pour Felix<sup>84</sup> qui danse, parce qu'il avait fait un Tiktok drôle. »<sup>85</sup> Cette effervescence d'activité et de contenu engage les fans dans un marketing viral qui sert l'industrie culturelle au même titre que des promotions officielles. Ces activités sont par ailleurs volontiers acceptées par les fans qui s'y investissent de manière consentante.

---

<sup>81</sup> I-LAND, Rakuten Viki, <https://www.viki.com/tv/37234c-i-land?locale=fr>

<sup>82</sup> Fabien Hein, « Le fan comme travailleur : les activités méconnues d'un coproducteur dévoué », *Sociologie du travail* [En ligne], Vol. 53 - n° 1 | Janvier-Mars 2011, mis en ligne le 15 novembre 2018, consulté le 7 septembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/sdt/6558> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/sdt.6558>

<sup>83</sup> Annexe 2, Entretien 1 : Alexia

Compte Seungmin : <https://twitter.com/ksmfiles>

<sup>84</sup> Membre de Stray Kids

<sup>85</sup> Annexe 3, Entretien 2 : Julia

Compte Stayzenfiles : <https://twitter.com/STAYZENFILES>

Compte Felix : <https://twitter.com/felixdancingto>

Le fait de *stream*, de partager les sons et les émissions ça compte beaucoup. Je sais que moi par exemple, je *stan* NCT ou je *stan* Enhypen, [...] je leur fais de la bonne bonne promo et faut dire que je stream bien comme il faut, par obligation, mais comme je sais que les *streams* ça compte, bah plutôt que l'écouter sur Spotify trois fois en hors ligne, je vais l'écouter avec le clip, c'est ma participation, c'est ce que je donne.<sup>86</sup>

On comprend que la Kpop est une industrie qui fonctionne avec le fan, pour le fan et qui ne peut s'émanciper de celui-ci qui est constitutif de son existence. Si le rapport avec les fans est aussi important, on se demande comment les fans arrivent à un tel degré d'investissement et quels sont les ressorts qui enrôlent leurs subjectivités de la sorte.

### **C. Une industrie culturelle qui cherche à enrôler les subjectivités des fans par différents moyens ?**

En plus d'être co-producteur et de faire partie d'un groupe, le fan est impliqué émotionnellement et individuellement. Si la force du groupe est importante, il s'agit également de comprendre le rapport entre l'individu et l'artiste. La figure de proue de la Kpop y est pour beaucoup puisque chaque fan a un rapport spécifique avec son membre préféré, son *bias*. Les Kpop stans n'échappent pas à ce modèle de l'idol spécifiquement sud-coréen, alors centrale dans l'industrie du divertissement.

#### **C.1 La promotion des artistes de Kpop : la figure de l'*idol* et du *bias***

Si l'on a évoqué l'importance de l'unité du groupe de Kpop auparavant, il est aussi et surtout constitué de différents individus qu'on appelle des *idols* et qui sont le produit même de cette industrie culturelle. Factuellement, l'*idol* est un.e membre d'un groupe de Kpop, en réalité c'est un.e « artiste augmenté » de qualités d'influenceur et de divertisseur. L'*idol* est plus qu'un.e simple chanteur.euse ou danseur.euse mais une personne aux talents multiples qui dépassent le domaine de l'artistique. Chaque membre du groupe est nécessairement un idol et ils sont de véritables vitrines représentatives des codes culturels coréens, tout en s'insérant dans

---

<sup>86</sup> Annexe 7, Entretien 6 : Inès.

un contexte mondialisé. Au sein de l'industrie créative, c'est sur eux que se concentrent la majorité des efforts de marketing et de la publicité. Ils disposent du plus large relais d'influence. Cette figure centrale est par ailleurs originale et spécifique à la Corée du Sud tant l'étonnement des fans qui entrent dans cet univers est palpable : « Je trouvais ça fou le fait qu'une personne soit certes chanteur, danseur mais qu'il soit encore plus que ça, c'est *idol*... une personnalité publique en fait. »<sup>87</sup> La figure de l'idol est centrale et les Kpop stans s'attendent à ce qu'elle corresponde à certains critères qui sont actés. L'idol est reconnu comme une vitrine pour le groupe et une porte d'entrée pour le *stan*, au même titre que certains fans seront plus proches d'une certaine catégorie d'idols que d'autres, entre les vocalistes ou danseurs et autres. Il existe des rôles préconçus, même s'ils sont attendus sur tous les domaines, y compris ceux de la communication avec le public, coréen ou international, offrant un groupe alors complet :

En fait, les *idols* de Kpop on les attends sur plusieurs domaines de compétences. Il y'a ceux plus portés sur la voix, les *vocals*, il va y avoir les danseurs qui sont censés être mis devant pendant les passages un peu complexes, il y'a les *visuals*, parce que c'est un talent d'être beau messieurs dames, non j'assume que c'est plus compliqué que ça parce que le fait d'être une vitrine pour le groupe c'est un talent. Il y'a ceux qui vont être plus doués en communication et ça ça se verra à un autre moment que juste dans la performance. [...] Par exemple Johnny de NCT il joue beaucoup dans la popularité du groupe, notamment à l'étranger, parce qu'il parle couramment anglais et c'est un personnage sociable et drôle. Ils sont pas tous obligés d'avoir le *whole package*, mais quand tu fais l'addition de tous, le groupe est assez complet pour avoir tout ce qu'il faut pour une bonne performance, à savoir des bons chanteurs, des bons danseurs, des bons *entertainers*.<sup>88</sup>

Le fait d'avoir plusieurs membres dans un groupe de Kpop permet ainsi de générer des contenus et des versions différentes qui sont un élément de différenciation pour les fans. L'industrie joue de cet élément pour en faire un avantage marketing. Ces idols deviennent alors des « *bias* » pour les fans qui élisent un.e préféré.e sur des critères qui leurs sont propres. Le fait d'avoir un favori, un *bias*, rapproche d'autant plus le/la fan du groupe. La Kpop agit en ce sens sur les subjectivités des fans puisque chacun y voit son favoris et peut regarder des contenus spécifiques sur ces membres là, notamment grâce à des fancams, vidéos (souvent verticales) qui se concentrent sur un.e seul.e membre d'un groupe lors d'une performance. La figure du *bias* est donc centrale dans la vie intime des fans qui en ont nécessairement un et qui

---

<sup>87</sup> Annexe 4, Entretien 3 : Mila

<sup>88</sup> Annexe 7, Entretien 6 : Inès

le revendiquent. C'est une entité présente pour chacun.e et dans chaque pratique de fan. Dans les mots des fans, « le *bias* c'est le membre que tu préfères dans un groupe, et *ult* c'est ton membre préféré ou tes membres dans tous tes *bias*. Dans tous tes *bias* y'en a un ou plusieurs que t'aimes un peu plus c'est tes *ults*. »<sup>89</sup>

On distingue différents donc une typologie de *bias* :

- L'*ult bias*, (diminutif « d'*ultimate bias*») : la personne au plus haut degré d'appréciation au niveau de toute l'industrie ou au niveau du groupe. Un *ult bias* est une personne pour qui le/la fan a une affection forte et tout à fait particulière.
- Le *bias*, la personne favorite, en général, au sein d'un groupe, mais qui n'est pas forcément le *ult*. Le *bias* peut simplement être une personne préférée dans un groupe donné pour des raisons personnelles mais sans une affection démesurée.
- Le *bias wrecker*, est un.e membre du groupe qui vient « concurrencer » le *bias* en place et pour lequel le/la fan a une affection particulière mais presque interdite. En effet le terme de *wrecker* est celui qui vient « démolir » le statu-quo de *bias* préexistant.

Il existe donc une hiérarchisation des favoris au sein des groupes de Kpop. ils comprennent le modèle de *l'idol* et engagent une dialogue avec celui-ci. En effet, les fans co-construisent ce modèle en consommant des contenus spécifiques à tel ou tel membre et en assumant le fait d'avoir des préférences et des connexions émotionnelles avec certains d'entre eux. En ce sens le/la fan collabore dans une « culture participative », pour emprunter le terme d'Henry Jenkins<sup>90</sup>. Le fan s'entiche d'un *idol* qui devient son *bias* et perpétue ainsi la promotion de celui-ci en créant du contenu, partageant du contenu, en en discutant avec d'autres fans et donc en créant de nouvelles modalités d'existence de cet artiste au-delà des contenus officiels. Il existe par exemple des jeux parallèles entre les fans qui proposent des quiz ou des threads du type « ressemble-tu à ton *bias* ? »<sup>91</sup>, « thread de mes *bias* »<sup>92</sup>, de même que des votes individuels s'organisent pour certains membres des groupes à l'occasion de leurs anniversaires ou de

---

<sup>89</sup> Annexe 4, Entretien 3 : Mila

<sup>90</sup> Henry Jenkins, « Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century (Part One) », Henryjenkins.org, [http://henryjenkins.org/blog/2006/10/confronting\\_the\\_challenges\\_of.html](http://henryjenkins.org/blog/2006/10/confronting_the_challenges_of.html), mis en ligne le 19 Octobre 2006, consulté le 30 Septembre 2022.

<sup>91</sup> <https://uquiz.com/quiz/TQxJqt/which-stray-kids-member-is-your-real-bias>

<sup>92</sup> Exemples : <https://twitter.com/aespadollz/status/1485586382710005760> ; <https://twitter.com/JIWT0PIA/status/1448033627669946380>

performances de soloïstes<sup>93</sup>. Se pose alors la question de « l'efficience du fan » amenée par Fabien Hein. L'artiste attend du fan qu'il opère un travail de promotion secondaire dans le but de développer sa popularité et son potentiel, soit qu'il consente à « donner de son temps et de sa personne » (Caillé, 1998)<sup>94</sup> et le fan attend de l'artiste un retour sur investissement.

## C.2 Une relation transactionnelle intime entre fan et *idol* comme objet de cristallisation

Le fan attend un retour sur investissement de l'artiste, qui se manifeste chez les Kpop stans comme une certaine relation entretenue avec *l'idol*. Il existe alors une relation transactionnelle entre les deux parties sur laquelle repose toute la fan culture de cette industrie. Les artistes offrent alors beaucoup de leurs personnes à leurs fans de différentes manières, et créent une interdépendance au travers d'applications de messages pseudo-privés créées spécifiquement par les agences, de *fancalls*, de *fansigns* ou de *lives* récurrents. Toutes ces pratiques sont apparues naturellement dans les discussions avec les fans interrogées. Le rapport idol/fan est alors très ambivalent puisqu'un sentiment d'intimité naît d'une relation inégalitaire. On ne parlera pas ici de l'unilatéralité dans la mesure où les *idols* ouvrent une part de leur intimité à leurs fans en les ancrant dans leur quotidien plus que pourrait le faire un artiste occidental.

En Kpop, on fait en sorte que l'artiste ait une relation avec les fans particulièrement proche, il y'a pas ça dans notre industrie. [...] ça peut être considéré comme transactionnel, l'artiste donne et nous aussi on donne. J'ai l'impression que les artistes font en sorte de nous impliquer, quand ils font des *lives* on peut leur poser des questions ils répondent. Ça nous permet de les connaître plus en tant qu'artistes mais aussi en tant que personnes. Oui moi j'aime bien en découvrir plus, ça fait toujours plaisir. Et c'est quelque chose qu'ils ne sont pas obligés de faire.<sup>95</sup>

Ce sentiment de proximité est ressenti par les fans qui voient en les lives et les applications de messagerie une manière de s'impliquer davantage dans leurs pratiques et leurs *fandoms*. Ainsi

---

<sup>93</sup> Exemple du vote d'idol ranking par star planet, application de vote tenue par The Show Champion, émission quotidienne de prix musicaux : <https://www.thestarplanet.com/> . Show Champion : <https://www.youtube.com/c/TheKPOP>

<sup>94</sup> Cité par Fabien Hein dans « Le fan comme travailleur : les activités méconnues d'un coproducteur dévoué », *Sociologie du travail* [En ligne], Vol. 53 - n° 1 | Janvier-Mars 2011, mis en ligne le 15 novembre 2018, consulté le 7 septembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/sdt/6558> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/sdt.6558>

<sup>95</sup> Annexe 2, Entretien 1 : Alexia

ils opèrent ce que Mélanie Bourdaa développe dans un ses caractéristiques du fan soit « d'allonger, étirer et déployer le moment de la réception pour que celle-ci ne se termine pas et constitue une boucle infinie. »<sup>96</sup>. Écouter et regarder un live d'artiste c'est aller encore plus loin que la simple écoute musicale, c'est analyser les modes de production et comprendre l'univers. La proximité et la discussion ouverte avec l'artiste est par ailleurs un mode de fonctionnement devenu commun dans la Kpop, créant un horizon d'attente particulier des fans : « on nous a habitués avec des *lives*, on nous a habitué à des *fansigns*, avec la Kpop y'a un rapport totalement différent entre l'artiste et le fan, [...] quand un artiste a du temps à donner à ses fans, par exemple quand il fait un *live* pour son anniversaire, ça j'aime bien. »<sup>97</sup>

Certains groupes sont sur des applications spécifiques comme *Vlive*<sup>98</sup> ou *Bubble*<sup>99</sup>, où là on peut envoyer des messages et ils peuvent les lire, là c'est un cran au dessus on va dire. Quand on commente sur les lives sur Vlive; y'a plusieurs manières de rentrer en contact avec l'idol mais sans que ca soit dangereux ou trop proche pour *l'idol*, faut quand même mettre des barrières. Y'a pas mal de moyens d'entrer en contact avec les artistes.<sup>100</sup>

« Tous ces comportements, ritualisés en « cérémonie du plaisir » (Hennion, 1993), visent à alimenter la croyance en une communication directe, de personne à personne, entre les musiciens et celui qui les écoute.»<sup>101</sup> Ces *lives*, messageries et autres fonctions mises en place par l'industrie ne sont que des stratégies de renforcement d'un rapport presque intime à l'artiste. Les fans ont accès à des tranches de vie de leurs artistes et braconnent les informations qu'ils reçoivent en les interprétant et se les réapproprient pour écrire de nouvelles analyses ou de nouvelles histoires à leurs *idols*. Ceux-ci sont alors des objets de cristallisation pour les fans qui leur accolent des histoires, des traits de personnalité et des manières de penser romantisées.

### C.3 Entre fan et stan : une fine limite

---

<sup>96</sup> Mélanie Bourdaa « Les fans, ces publics si spécifiques. Définition et méthodologie pour le chercheur », Belphégor [En ligne], 17 | 2019, mis en ligne le 18 avril 2019, consulté le 10 août 2022. URL : <http://journals.openedition.org/belphegor/1701> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/belphegor.1701>

<sup>97</sup> Annexe 8, Entretien 7 : Shana

<sup>98</sup> Application en ligne Vlive <https://www.vlive.tv/home>

<sup>99</sup> Application de messagerie développée par Lysn, où le/la fan peut payer un abonnement par mois pour un seul idol et lui parler via une messagerie privée. Du côté du fan, seul les messages de l'artiste et les siens seront visibles, du côté artiste tous les messages de fans défilent. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.everysing.lysn&hl=fr&gl=US>

<sup>100</sup> Annexe 2, Entretien 1 : Alexia

<sup>101</sup> Christian, Le Bart « Stratégies identitaires de fans. L'optimum de différenciation », Revue française de sociologie, vol. 45, no. 2, 2004, pp. 283-306.

A l'occasion de cette recherche, je me suis également demandé quelles étaient les différences entre le fait d'être fan et le fait d'être une *stan*. Si les fans de Kpop se revendiquent directement comme « kpop stans », la question se posait sur la définition des contours de leurs pratiques. En effet, aujourd'hui la stan culture est devenue un phénomène plus global et les définitions sont multiples, plus poreuses et moins figées, tant les pratiques de fans sont étudiées et démocratisées. Un groupe de journalistes<sup>102</sup> s'est par ailleurs interrogé sur le lien entre la *stan culture* et les réseaux sociaux, la digitalisation des relations sociales et parasociales; ils y évoquent d'une part l'évolution de la terminologie et comment on est passé d'une simple définition de « fan obsédé et possessif » à un badge d'honneur revendiqué et assumé sur Internet (et donc sur les réseaux sociaux), « ce mot était à l'origine synonyme de zèle excessif et d'obsession, toutefois presque vingt ans plus tard, c'est devenu un badge d'honneur pour les fans jugés assez investis pour exposer fièrement leurs stars favorites sur Internet. »<sup>103</sup> Être *stan* de quelque chose c'est aussi faire partie d'une communauté, d'un *fandom* qui porte un nom, d'un tout organisé avec des individus qui communiquent et se règlent entre eux. C'est ce qu'on a compris de l'organisation des Kpop stans qui se retrouvent alors sur un, voire plusieurs lieux numériques que sont les réseaux sociaux à agir en fonction de *fandoms*. Ainsi il existe un collectif de différents fandoms tous réunis sous la terminologie de « kpop stan » avec des normes spécifiques. Philippe Le Guern livre par ailleurs une synthèse au sujet des différentes fonctions de ce collectif : « les interactions au sein du fan-club produisent un cadre de référence, elles construisent la norme sur les façons acceptables d'être fan, dans et hors du fan-club, mais également sur l'identité collective du groupe et sa cohésion en termes de valeurs »<sup>104</sup>. Ces interactions au sein du fan-club, donc ici de la communauté de kpop stans, sont cadrées par des coutumes et des normes sociales informelles sur le comportement de stans. Cette différence entre fan et stan est perceptible par les définitions que nous en donnent les personnes directement concernées par ces communautés. D'une part, dans chaque entretien le terme de stan apparaît entre vingt et cinquante fois, c'est un vocabulaire omniprésent.

---

<sup>102</sup> The 2010s: Social Media And The Birth Of Stan Culture, Sidney MADDEN, Stephen THOMPSON, Ann POWERS, Joshua BOTE, All songs considered, nprg.org, October 17, 2019 <https://www.npr.org/2019/10/07/767903704/the-2010s-social-media-and-the-birth-of-stan-culture?t=1643381967356>

<sup>103</sup> Traduction libre de « The word used to be synonymous with overzealous or obsessed. But nearly 20 years later, it's become a badge of honor for fans committed enough to show up and go all out for their favorite star on the Internet. », *ibid.*

<sup>104</sup> Philippe Le Guern, « No matter what they do, they can never let you down... ». Entre esthétique et politique : sociologie des fans, un bilan critique », *Réseaux*, 2009/1 (n° 153), p. 19-54. DOI : 10.3917/res.153.0019. URL : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-1-page-19.htm>

Moi je considère la stan culture à partir du moment où t'es vraiment fan de quelqu'un et que tu suis tout ce qu'il fait. Tu le suis sur les réseaux sociaux, tu regardes tous les contenus qu'il fait. A partir du moment où tu es dans ce genre de trucs, mais partout pas que la Kpop, tu es dans la *stan culture*. Mais même les footex [stannent leurs joueurs].[...] Dans la Kpop, il y'a quand même ce sentiment d'appartenance, on se reconnaît vraiment entre nous, on va se dire « ah elle elle a une pp Changbin, ah bah moi j'aime Stray Kids aussi » enfin voila, c'est une communauté le Kpop Stan Twitter.<sup>105</sup>

Être Kpop stan est donc appartenir à un groupe et avoir des pratiques en ligne communes. Cette *stan culture* omniprésente est le résultat de politiques marketing émanant des *entertainments* et médias sud-coréens, mais aussi le résultat d'une réappropriation des fans des contenus qu'ils consomment. Les Kpop stans se regroupent alors dans différentes communautés en ligne pour communiquer, échanger et créer des systèmes réticulaires fondés sur des normes informelles accessibles de l'intérieur. Pour comprendre comment toutes ces pratiques fonctionnent et les rendre visibles dans ce mémoire de recherche, nous allons entrer plus en détail dans les communautés en ligne en fouillant davantage les entretiens mais aussi les tweets de ces fans interrogé.e.s. Ainsi maintenant que nous avons compris le modèle de la Kpop et la place centrale des fans dans celui-ci, nous cherchons à analyser plus en détails les pratiques de ces fans, comment ils s'organisent au sein des fandoms et selon leurs individualités pour créer leurs propres contenus et identités, mais aussi leurs propres cercles de sociabilité.

Notre première hypothèse est alors validée dans la mesure où l'industrie culturelle de la Kpop se nourrit de la puissance des fandoms en créant des flots de contenus et des groupes et *idols* construits sur lesquels les fans peuvent cristalliser. La Kpop se pérennise et persiste dans le temps grâce à une relation transactionnelle singulière créée entre les groupes et les fans. En effet, les modes de productions musicaux et extra-musicaux ont un impact direct sur la consommation et les comportements des fans qui suivent alors les tendances et s'impliquent davantage dans leurs pratiques numériques.

---

<sup>105</sup> Annexe 4, Entretien 3 : Mila.

---

## II. Le Kpop Stan Twitter ou un lieu de rencontre aux pratiques numériques codifiées, entre expression individuelle et *vivre ensemble*

La Kpop s'appuie sur une *fan culture* et la force du *fandom* pour se pérenniser. On fait donc face à une industrie culturelle qui pour qui la place des fans est centrale au même titre que le sont les produits culturels qu'elle crée. Nous tenterons dans cette seconde partie de répondre à une hypothèse selon laquelle ces fandoms et ces fans existent numériquement dans un microcosme numérique. Les fans français.e.s sont sensiblement actif.ve.s sur les réseaux sociaux et particulièrement Twitter qui contient toute une communauté numérique qu'on appelle le Stan Twitter et sur lequel les fans agissent et interagissent. Se dessine alors une entité sociale numérique de la *fangirl*, qui agit et se construit autour de ces produits culturels cités dans la première partie. En plus des récits de vie que nous racontent les entretiens menés, nous allons nous appuyer sur des tweets publiés par les fans.

### A. Le Kpop Stan Twitter, un microcosme de la *stan culture* qui possède ses propres normes sociales

Le développement du web 2.0 rend aujourd'hui inenvisageable qu'une communauté de fans puisse être réduite à sa seule surface physique. Il est donc primordial de considérer sa dimension virtuelle. En effet, la démocratisation d'un ensemble de nouveaux outils de communication numérique favorise elle aussi l'engagement des fans et leur constitution en réseaux.<sup>106</sup>

Les fans se constituent donc en réseaux sur le web 2.0 et s'abonnent à des pratiques qui leur sont spécifiques. Les Kpop Stans ont leurs propres lieux de communication numérique et

---

<sup>106</sup> Fabien Hein dans « Le fan comme travailleur : les activités méconnues d'un coproducteur dévoué », *Sociologie du travail* [En ligne], Vol. 53 - n° 1 | Janvier-Mars 2011, mis en ligne le 15 novembre 2018, consulté le 7 septembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/sdt/6558> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/sdt.6558>

Twitter est un des gros berceaux de socialisation sur lesquels ils se retrouvent. Chacune des personnes interrogées possède un voire plusieurs comptes Twitter et se disent « être sur le Stan Twitter ». La terminologie de Stan Twitter devient un substantif à part entière pour décrire la communauté de fans en ligne, ou plutôt le lieu sur lequel ils se retrouvent. Pour comprendre d'où viennent les personnes interrogé.e.s pour ce mémoire, dressons un portrait synthétique de leurs trajectoires vers la Kpop.

### A.1. Des trajectoires individuelles et genrées vers le web 2.0

Les personnes interrogé.e.s sont tout.e.s des femmes, et une personne non-binaire par manque de réponses d'hommes à mon appel d'offres d'entretien. Je choisis donc d'écrire au féminin et/ou à la forme inclusive dans cette partie pour évoquer les pratiques des fans en question. Par soucis méthodologique, le caractère très féminin et genré apparaît nécessairement dans notre étude. Si les *fan studies* et *gender studies* ont mis en lumière la dimension collective de la réception de la production de sens

Elles ont [aussi] ouvert la voie à une analyse des communautés en termes de ressources identitaires et d'espaces au sein desquelles les fans, et en particulier les femmes qui composent en grande majorité ces communautés, peuvent déployer de nouvelles formes d'échanges et faire l'expérience d'un pouvoir d'agir.<sup>107</sup>

Les pratiques de lecture et de réception des contenus par les Kpop stans sont autant d'éléments et d'activités de fans, qui depuis l'avènement du web 2.0, offre matière à analyser. Grâce aux travaux précurseurs de Janice Radway<sup>108</sup> sur les ressorts genrés des usages de la lecture des romans à l'eau de rose par les femmes ou encore de Ien Ang<sup>109</sup> sur le plaisir ressenti

---

<sup>107</sup> Nelly Quemener, « EDITO : Ce que les *fan studies* font au genre, et inversement. », dans Mélanie Bourdaa, Arnaud Alessandrin (dir.), *Fan Studies, Gender Studies : la rencontre*, Téraèdre, 2017, p. 11

<sup>108</sup> Janice Radway, *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*. University of North Carolina Press, 1991. *JSTOR*, [http://www.jstor.org/stable/10.5149/9780807898857\\_radway](http://www.jstor.org/stable/10.5149/9780807898857_radway). Consulté le 10 Oct. 2022.

<sup>109</sup> Ien Ang, *Watching Dallas : Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, 1982. In: *Communication. Information Médias Théories*, volume 9 n°3, été 1988. Compte rendu de Diane Saint-Laurent. [www.persee.fr/doc/comin\\_1189-3788\\_1988\\_num\\_9\\_3\\_1413](http://www.persee.fr/doc/comin_1189-3788_1988_num_9_3_1413)

par les femmes lors de la réception de la série *Dallas*, on a une approche à la fois individuelle et collective des réceptions de femmes sur leur objet d'admiration.

Avant de faire corps et de composer un collectif, les Kpop Stans opèrent des trajectoires individuelles depuis d'autres univers, proches ou lointains, mais toujours liées à une autre *fan culture* ou une autre passion. Ce qui est commun à chacun est cette appétence à entrer complètement dans l'univers d'un artiste et d'y interpréter des significations propres. Ainsi certaines personnes étaient déjà dans d'autres *fandoms* musicaux relatifs à la pop culture, qu'elle soit plutôt portée boy bands, rap ou pop féminine ou même séries adolescentes :

« J'étais fan des 5 seconds of summer, New Hope Club, tous les petits groupes ambiance *tumblr*.»<sup>110</sup> Ceci révèle déjà une empreinte forte de fan dans la mesure où *tumblr* était lui-même un lieu où les fans se regroupaient au début des années 2010, notamment autour des groupes new pop-rock comme cités ici. La musique et la pop culture sont très présente dans les trajectoires individuelles des jeunes filles interrogées :

J'étais très fan d'Usher, sinon j'ai eu ma période et je suis toujours très fan d'Ariana Grande, en même temps The Weeknd, Beyoncé, Nicki Minaj. Et j'ai eu comme tout le monde, enfin je sais pas mais voilà, ma période Directioner, et j'ai eu un crush sur Zayn. Du coup j'étais trop fan des One Direction [...] J'étais sur les groupes Facebook là de directioners.<sup>111</sup>

Ma première expérience de stan c'était au collège avec Teen Wolf. Dylan O'brien c'était un de mes *ults*, j'étais vraiment très très fan de cette série mais aussi de lui et de tout ce qu'il faisait, ses films, ses promos etc. Ca a suivi avec d'autres personnes, mais c'était surtout eux ma première expérience. J'étais tellement fan que j'ai vu et lu les trois *Labyrinthe*. [...] j'ai [stan] Nekfeu, qui est encore aujourd'hui un de mes artistes favoris, puis Post Malone du coup<sup>112</sup>

Des ponts et parallèles sont par ailleurs faits naturellement par les fans qui cherchent et trouvent des explications à leur fascination pour l'univers de la Kpop, comme si ça découlait naturellement de leurs goûts d'enfance ou de leurs appétences envers certains milieux et d'autres.

---

<sup>110</sup> Annexe 6, Entretien 5 : Cilla

<sup>111</sup> Annexe 5, Entretien 4 : Akheane

<sup>112</sup> Annexe 4, Entretien 3 : Mila

J'ai été fan de tonnes d'univers. Déjà petite j'étais très fan d'Histoire, d'antiquité, je lisais tout tout tout ce que je pouvais trouver [...] J'ai été fan de Justin Bieber, d'Elvis Presley, des personnages de Marvel, je suis une très grand fan Disney, y'a un peu beaucoup de choses [...] Ça se ressent dans les goûts musicaux, le fait que j'ai été bercée par les Disney Channel Original Movies ça se voit, c'est lié avec le fait que j'écoute de la Kpop. Regarde même Mark<sup>113</sup> quand il était petit, il était sur Disney Channel de Corée, c'était un enfant Mickey, Mickey Mouse Club tout ça, ça se rejoint. C'est des points communs abstraits on va dire mais ils sont là.<sup>114</sup>

Une des fans avoue même avoir été dans un autre fandom de manière très impliquée, tout en évoquant son appétence pour les artistes à concept et originaux. L'idée du coup de coeur et de l'investissement émotionnel ressortent :

Je suis fan de Lady Gaga depuis que j'ai 9 ans, je suis toute sa carrière, ses albums et tout; aussi Charli XCX et Rina Sawayama. [...] j'en ai fait des choses hein, y'avait des *fanmeeting* quand j'avais 10/11 ans sur Paris, et le mieux c'était de venir maquillé, habillé ou quoi; et donc du coup je me pointais déguisée en Lady Gaga avec ma mère qui m'accompagnait! [...] Elle a même fait un réseau social, *Little Monsters*<sup>115</sup>, et du coup évidemment j'étais dessus et ça a duré le temps que ça a duré. [Après Stray Kids], j'ai eu un coup de coeur, ça a fait comme Gaga et ça je l'avais pas connu depuis dix ans.<sup>116</sup>

Ainsi, nous sommes face à des trajectoires de femmes (ou de personnes sur le spectre du genre féminin) pour qui les pratiques de fans, qu'elles soient dans la musique ou dans les séries, ont quasi été là depuis l'enfance. Les industries culturelles semblent alors avoir un fort impact sur l'imaginaire des jeunes femmes qui leur offre un moyen privilégié d'exploration et d'expression comme une cristallisation sur Dylan O'Brien ou une envie de copier et d'imiter l'émancipation de Lady Gaga. Être fan relève ainsi de trajectoires individuelles de recherche de sentiments et d'expression au travers de figures culturelles sur lesquelles accoler des envies et des interprétations. Ces lectures sont poussées à leur paroxysme dans la pratique du RP<sup>117</sup>, ou *Role-play* qui m'a été évoquée dans un entretien en particulier. Le *Role-Play* est un jeu en ligne sur les réseaux sociaux dans lequel les fans créent un faux profil à l'égérie de leur personnage ou artiste et jouent à des jeux de rôles les un.e.s avec les autres.

---

<sup>113</sup> Membre de NCT, présent dans les sous-unités NCT 127 et NCT Dream; actif depuis 2016

<sup>114</sup> Annexe 7, Entretien 6 : Inès

<sup>115</sup> Egalement nom officiel des fans de Lady Gaga

<sup>116</sup> Annexe 3, Entretien 2 : Julia

<sup>117</sup> Aussi appelé RPG, *Role-Playing Game*, pratique de fan courante.

J'ai commencé à faire du RP, donc un jeu de rôle ou on fabrique un personnage et on lui donne le visuel que l'on souhaite. C'est un jeu d'écriture, un peu comme une pièce de théâtre mais qu'on écrit à deux, avec deux visions différentes, et j'ai commencé avec des personnages pas connus genre des *instagrammeurs*, ça m'a vachement aidé à développer mon écriture mon style. Puis j'ai fait des RP à thèmes sur des séries comme vampire diaries, puis enfin les RP kpop.<sup>118</sup>

Cette pratique du RP était donc déjà très active dans les communautés fans de séries et de manga, mais il s'avère qu'elle se poursuit même dans l'industrie culturelle de la Kpop, qui par la figure du groupe, de l'idol et du bias permet au fan de s'identifier à une personne en particulier et de lui donner corps et vie en la faisant interagir avec d'autres *idols*, tou.te.s réinterprété.e.s par les fans.

## A.2. Être Kpop Stan : « braconnage culturel » suppléé par un vocabulaire spécifique

Les Kpop stans opère un braconnage culturel comme l'appelle Michel de Certeau<sup>119</sup> pour qui « il faut s'intéresser non aux produits culturels offerts sur le marché des biens, mais aux opérations qui en font usage ». Autrement dit, il faut s'intéresser aux usages sur font les *stans* des produits qui leurs sont offerts, soit le modèle du groupe de Kpop et de l'idol. Ces usager.e.s réinventent des « manières de faire »<sup>120</sup> et s'approprient les codes existants pour en créer de nouveaux sur ces communautés numériques. La culture Kpop fabriquée est réappropriée par les fans, principalement féminines dans des lieux plus intimes et moins exposés comme le Kpop Stan Twitter, microcosme alors peu accessible si l'on n'en fait pas partie. C'est aussi ce qu'on évoquait dès l'introduction lorsqu'on disait que l'une des caractéristiques du fandom est « d'être un producteur de sens et de contenus. Le fan réinterprète les œuvres, les décortique, les analyse, propose des remix et des collages, des mélanges de genres et d'œuvres. Il crée des productions qui vont de l'écriture de *fanfictions* au montage vidéo, ou encore au dessin de fan art. »<sup>121</sup> Les fans sur le Kpop Stan Twitter écrivent des *alternative universe* (au), qu'on peut associer à des *fanfictions*, soit des écrits réalisés par des

---

<sup>118</sup> Annexe 5, Entretien 4 : Akheane

<sup>119</sup> Michel de Certeau, *L'invention du quotidien vol.1. Arts de faire*, Gallimard, 1990.

<sup>120</sup> Ibid.

<sup>121</sup> BOURDAA Mélanie, « Les fans, ces publics si spécifiques. Définition et méthodologie pour le chercheur », Belphégor [En ligne], 17 | 2019, mis en ligne le 18 avril 2019, consulté le 10 août 2022. URL : <http://journals.openedition.org/belphegor/1701> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/belphegor.1701>

fans, qui se présentent sous forme de thread sur Twitter, où un groupe de Kpop est intriqué dans un scénario et où chacun des membres se voit offrir une personnalité au travers de tweets.<sup>122</sup> Ces formes de *fanfictions* sont consommées particulièrement sur Twitter et chez les Kpop Stans françaises, bien qu'elles soient en majorité en anglais. On trouve également des threads d'interprétation des musiques ou des clips qui sont donc « analysés » et « décortiqués » par les fans, comme peut le faire Alexia :

Alexia<sup>123</sup> propose une analyse en anglais d'une chorégraphie de Stray Kids, en ajoutant ses connaissances et ses interprétations à l'œuvre initiale.



Début du thread Twitter, analyse de chorégraphie d'Alexia, 25 Septembre 2021<sup>124</sup>

Elle analyse ainsi la formation, les rythmes et rythmiques, mais aussi les déplacements et l'impact des mouvements sur la chanson et les interprétations textuelles et visuelles qu'il est possible de faire. Ces analyses sont permises par un panel de contenus publié par les agences comme les « *performances videos* » que les artistes font durant leurs périodes de promotions,

<sup>122</sup> Exemple de compte qui recense des *au, alternative universes* : [https://twitter.com/nct\\_au](https://twitter.com/nct_au)

<sup>123</sup> Analyse de chorégraphie de Stray Kids proposée dans un thread twitter lisible ici : [https://twitter.com/freehugss\\_/status/1441759065172963328](https://twitter.com/freehugss_/status/1441759065172963328)

<sup>124</sup> Ibid.

mais aussi les « *dance practice* » qui les montre en studio de danse en train de s'entraîner sur la chorégraphie. Ici, elle analyse la dance practice de « Domino » de Stray Kids<sup>125</sup> en faisant à la fois des captures d'écran photo mais aussi des enregistrements d'écran vidéo. Là où les interprétations sont très précises est que la fan fait un argumentaire structuré et organisé selon différentes catégories dont elle est spécialiste. Il s'agit d'apporter ici une connaissance et analyse pour le reste du *fandom*.



Exemple d'une capture d'écran et d'un enregistrement video (screen recording) de la chorégraphie dans le cadre de cette analyse de chorégraphie.

D'autres formes de remixes et collages apparaissent lorsque les fans associent des membres des groupes de Kpop avec un autre élément extérieur soit des personnages de manga/anime mais aussi des personnages de séries ou des peintures et autres œuvres. Les fans braconnent ainsi les œuvres initiales pour produire de nouvelles choses et de nouveaux contenus. Ils sont producteur.ice.s de sens à différents niveaux sur les réseaux sociaux. On peut également penser à Inès qui fait un thread des membres d'Enhypen comparés aux personnages de *Jojo's Bizarre Adventures*<sup>126</sup>, son manga favori ou à Cilla qui associe les membres de NCT à des archéologues, son objet d'études. Les fans associent ainsi des caractéristiques aux membres selon leurs interprétations personnelles et leurs lectures des *idols*. Ainsi certains traits de personnalité des

<sup>125</sup> Stray Kids « DOMINO » Dance Practice Video, <https://www.youtube.com/watch?v=Uo15XCE8RY4>

<sup>126</sup> *JoJo's Bizarre Adventure* (ジョジョの奇妙な冒険, *JoJo no kimyō na bōken*) est un manga de Hirohiko Araki. Les protagonistes, souvent très excentriques, affrontent des ennemis déterminés et puissants, notamment avec les « Stands » apparus dans la partie 3. L'auteur, grand amateur de mode, donne à ses personnages une esthétique physique et vestimentaire ainsi que des postures très particulières (nommées par les fans les « JoJo poses »), contribuant largement à l'aura de la série., *wikipédia*, [https://fr.wikipedia.org/wiki/JoJo%27s\\_Bizarre\\_Adventure](https://fr.wikipedia.org/wiki/JoJo%27s_Bizarre_Adventure)

artistes sont compris et expliqués par les fans, qui jugent une image qu'on leur donne. Le panel de comparaison est très large et dépend des interprétations et désirs de chacun.e. Les fans projettent ainsi des envies et des manières de s'exprimer sur des produits culturels qu'ils apprécient et qu'ils souhaitent façonner à leur image. A l'inverse du thread d'analyses, ici c'est une suite de tweets organisés par membre chacun leur tour selon les affinités du/de la fan et à visée différente. Plutôt que d'apporter une connaissance au *fandom*, il s'agit de partager des pensées personnelles à ses abonnés et au reste du Stan Twitter.



Thread en anglais de comparaison entre Enhypen et les personnages de Jojo sur des critères totalement personnels à la fan.



Thread en français de Cilla entre NCT et les différents types d'archéologues qu'ils seraient. Portée humoristique et interprétation personnelle irréaliste.<sup>127</sup>

On y découvre alors une *pop culture 2.0*<sup>128</sup> où les fans utilisent des anglicismes permanents à la fois liés aux terminologies voulues et promues par les agences de Kpop mais aussi liés à une culture numérique très influente. Les fans français.e.s s'expriment aisément en français pour évoquer des artistes sud-coréens, d'une part parce que la présence et l'usage de l'anglais est très fort dans l'industrie qui a tendance à mettre des sous-titres en anglais plutôt que dans d'autres langues moins usitées, et d'autre part parce que les termes utilisés par les sud-coréens eux-mêmes sont issus de l'anglais. Les anglicismes sont donc quasi systématiques, que ce soit dans les tweets mais aussi dans les tics de langage oraux lorsque le sujet est la Kpop, comme on peut le comprendre dans les entretiens. Comme évoqué en introduction, des termes particuliers comme *comeback*, *fancall*, *bias*, *stan*, *verse*, *title*, *b-side* apparaissent, mais il arrive aussi que les fans fassent des tweets et des threads totalement en anglais pour communiquer avec les fans internationales.

<sup>127</sup> Thread complet, <https://twitter.com/lesbianforjeno/status/1445829494908993538>

<sup>128</sup> néologisme libre.

### A.3. Le Kpop Stan Twitter : un lieu à différents niveaux de reconnaissance ?

Faire corps et faire communauté dans un espace en ligne est le foisonnement de différentes trajectoires individuelles qui se retrouvent ensemble en même temps sur un même espace avec des caractéristiques communes. Les Kpop Stans se retrouvent dans cet espace qui leur est dédié et qu'ils co-construisent ensemble quotidiennement rien qu'en naviguant sur le réseau social et en écrivant des tweets. Les consciences et perceptions individuelles des fans mènent à leur visibilité et leur reconnaissance entre eux mais aussi aux yeux des autres. Ainsi des enjeux d'observabilité et de visibilité de cette *stan culture* se mettent en place.

Selon Honneth la reconnaissance est « l'aboutissement du processus de construction identitaire : la confirmation par le jugement d'autrui du jugement sur soi-même. C'est une relation positive à soi dans les relations inter-subjectives. »<sup>129</sup>. Il semble alors qu'être Kpop stan numériquement s'inscrit dans ce processus de reconnaissance dans la mesure où la personne qui s'écrit et crée un compte fan est située (politiquement, culturellement, identitairement, etc) dans un groupe qui la définit et ce groupe-là sera idéalement confirmé et reconnu dans la perception du récepteur. Dans cette mesure, être fan revient à montrer et affirmer son identité dans un groupe, identité qui sera confirmée par les autres individus du groupe mais aussi les autres, n'appartenant pas au groupe. Les fans appartiennent alors à la communauté de Kpop stans, mais aussi à des sous-communautés organisées en *fandoms*, comme on a pu le voir dans la première partie. Par ailleurs, les personnes extérieures à la communauté Kpop reconnaissent et identifient les individus comme étant un groupe unifié partageant les mêmes codes d'écriture, quand bien même il existe des sous-catégories dans la communauté.

Ainsi les Kpop stans se heurtent à différents niveaux de reconnaissance observables, soit la reconnaissance du groupe qui crée ses règles, donc une reconnaissance normative, la reconnaissance du groupe auquel on a le sentiment d'appartenir, donc une reconnaissance intersubjective et la reconnaissance de soi-même en temps que fan, de l'ordre de l'intime, soit une reconnaissance intrasubjective.<sup>130</sup>

---

<sup>129</sup> Axel Honneth, *La lutte pour la reconnaissance*, [Kampf um Anerkennung], Trad. de l'allemand par Pierre Rusch, Collection Folio essais (n° 576), Gallimard, 2013.

<sup>130</sup> Terminologie empruntée aux sciences de la psychologie, qui renvoie prosaïquement à la conscience de soi et de son existence.

La reconnaissance normative est perceptible lorsque les autres, « le monde extérieur » reconnaît les fans comme étant la communauté Kpop. Le poids de la reconnaissance des industries compte également puisque les producteurs de contenus, les entertainment, agences et autres instances créatrices reconnaissent le groupe comme étant fan et agissent en connaissance de cause. Ainsi, des contenus physiques et numériques, comme des opérations marketing et de communication sont mis en place pour ce groupe et en connaissance de ce groupe. L'industrie offre aux *fandoms* ce qu'ils veulent et leur créent des envies et des besoins au travers des contenus extra-musicaux, des contenus *backstage* etc. Par ailleurs l'unicité des *fandoms* est pensée et voulue par l'industrie qui crée non seulement des noms officiels de *fandoms* qui participent à cette reconnaissance intersubjective mais aussi des lightsticks, bâtons lumineux officiels créés pour être amenés aux concerts. Le fait d'avoir des noms officiels de *fandoms* permet aux fans de s'auto-nommer et s'auto-identifier comme faisant partie du groupe et de la même unicité. Le point commun des individus est d'être dans cette communauté qui porte un nom et dont les membres se reconnaissent entre eux. S'opèrent donc ces relations intersubjectives positives que les individus se renvoient les uns aux autres en validant leurs identités de fans. Telle étiquette, tel nom, tel comportement et tel goût est normalisé et reconnu dans le groupe et légitimé par le nombre.

Si l'on prend l'exemple du groupe Dreamcatcher, leur nom de fandom officiel est les Insomnias, et elles réfèrent à leurs fans avec ce nom, tout comme les fans s'autoproclament et se définissent comme insomnias. Il en va de même pour les NCTzens, fandom de NCT ou encore Stays, fandom de Stray Kids. Les noms ont leur importance et permettent à chacun.e de reconnaître son groupe et sa sous-communauté au sein du Kpop Stan Twitter. « Il y'a quand même ce sentiment d'appartenance, on se reconnaît vraiment entre nous, [...] enfin voila, c'est une communauté le Kpop Stan Twitter »<sup>131</sup> nous dit Julia. Les *fandoms* sont donc annoncés et montrés à travers plusieurs écrits numériques sur les comptes Twitter. Les fans annoncent alors directement de quel fandoms iels sont et s'abonnent les uns aux autres en connaissance de cause, « Je pense que la plupart de mes *mutus* sont Stays, enfin stannent Stray Kids, [...] j'ai des gens qui stannent aussi Twice, NCT, en fait j'aime bien avoir de tout. J'ai *follow* les gens qui suivent mes groupes préférés, c'est facile d'être *multi*. »<sup>132</sup>. Le fait de nommer les fandoms

---

<sup>131</sup> Annexe 3, Entretien 2 : Julia

<sup>132</sup> Annexe 2, Entretien 1 : Alexia

et de leur accorder des caractéristiques générale est une pratique courante et chacun d'entre eux est lié à des clichés, par exemple les fans s'accordent sur le fait que « les NCTzens [...] sont très drôles; les Insomnias<sup>133</sup> internationales sont insupportables. » ou « les NCTzens, c'est les seuls qui peuvent faire des blagues sur le fait que tous les membres fument ou ramènent des meufs au dortoir. »<sup>134</sup> Ainsi en nommant les fandoms et en donnant des étiquettes aux fans selon les groupes qu'ils aiment, cela permet de créer de l'ordre, créer des normes et se repérer au sein du Kpop Stan Twitter en sachant vers quels groupes se tourner et se reconnaître les un.e.s les autres comme appartenant à la même communauté et aux mêmes communautés. Voici d'ailleurs comment Mila, Kpop stan interrogée lors de l'enquête nous décrit ces communautés dont elle fait partie :

Mila : C'est des bulles en fait qu'on ne voit pas si on n'est juste pas du tout dedans.

**Q : Tu sais pourquoi le mot « bulle » t'es venu en tête comme ça? tu veux dire quoi par là?**

Mila : Parce qu'il y'a tellement de mondes différents sur Twitter, je considère ça comme des bulles. Moi par exemple je vais être dans la bulle NCT, qui est dans une plus grosse bulle Kpop certes, mais je ne vais peut-être jamais voir le contenu d'un groupe comme TXT ou BTS. Je considère que c'est des bulles parce que c'est des trucs, pas fermés, mais pour y accéder faut chercher.<sup>135</sup>

De ce fait, faire partie de ces bulles, de ces groupes est aussi un moyen de se reconnaître soi en tant que Kpop Stan ou en tant que membre d'un *fandom*. On assiste à une reconnaissance intrasubjective de soi comme individu légitime de s'exprimer et légitime d'aimer tel ou tel artiste, Julia nous dit « c'est ma façon de m'exprimer en tant que fan [...], de montrer que j'appartiens à ce fandom. » On peut aussi déjà analyser le fait d'accepter de faire un entretien en tant que Kpop Stan présent.e numériquement est déjà démonstratif d'un sentiment de reconnaissance intime. Cinq personnes sur les sept se sont directement présent.e.s comme Kpop stans avant même que l'entretien se dirige sur ce sujet, et une avait une photo de fond zoom humoristique avec deux membres de NCT derrière elle.<sup>136</sup> Ainsi, en étudiant les formes de reconnaissance au sein du groupe, et de ce groupe en particulier, on en vient à faire attention

---

<sup>133</sup> Nom de fandom officiel de Dreamcatcher, girl group de kpop.

<sup>134</sup> Annexe 6, Entretien 7 : Shana

<sup>135</sup> Annexe 4, Entretien 3 : Mila

<sup>136</sup> Annexe 3, Entretien 2 : Julia

« aux formes de confirmation pratiques qui permettent [au sujet] d’acquérir une compréhension normative de lui-même en tant qu’incarnant un certain type de personne humaine »<sup>137</sup> soit le type du/de la Kpop Stan.

## **B. L’extension de soi au travers d’un compte Twitter, ou le journal intime public dans lequel les fans s’auto-fabriquent et s’écrivent**

Le Kpop Stan Twitter est donc un lieu où se retrouvent les fans, où iels communiquent et opèrent des activités de groupe comme des activités individuelles. Si c’est un lieu d’activité collective et de reconnaissance à différents niveaux, il est intéressant de creuser l’entité du compte Twitter personnel et comment les fans l’utilisent et le maintiennent.

### **B.1. L’importance du layout et de la présentation de soi**

Marc Jajah parle de l’écriture de soi en ligne comme une « pratique automédiale »<sup>138</sup> soit un « processus par lequel une personne travaille sur elle-même »<sup>139</sup> ou développe une présentation de soi qu’elle peaufine et construit. Ici nous accordons une place toute particulière à l’espace d’écriture en ligne que propose le compte Twitter, qu’il soit au travers de Tweets mais aussi et surtout au travers d’un *layout*, ou d’un agencement visuel et esthétique du compte. Les fans travaillent donc sur iels-mêmes en développant leur profil Twitter et en créant des agencements et visuels spécifiques en fonction de ce qu’iels veulent renvoyer comme image. Ce compte se trouve être une extension de soi au même titre qu’une fabrique de sa persona en ligne. Il est alors un média informatisé<sup>140</sup> sur lequel on peut percevoir plusieurs informations identitaires agencées selon des normes numériques. Il s’agit alors ici d’analyser les « écrits d’écran »<sup>141</sup> et les enjeux éditoriaux personnels qui les accompagnent.

---

<sup>137</sup> Axel Honneth, *La lutte pour la reconnaissance*, [Kampf um Anerkennung], Trad. de l’allemand par Pierre Rusch, Collection Folio essais (n° 576), Gallimard, 2013.

<sup>138</sup> Marc Jajah, « L’écriture de soi “en ligne” : une pratique automédiale », blog en ligne *Marc Jajah Cultures numériques, écriture(s) et cie*, publié le 4 janvier 2020, <http://marcjajah.net/3743-lecriture-de-soi-en-ligne-une-pratique-automediale>, consulté le 18 Août 2022

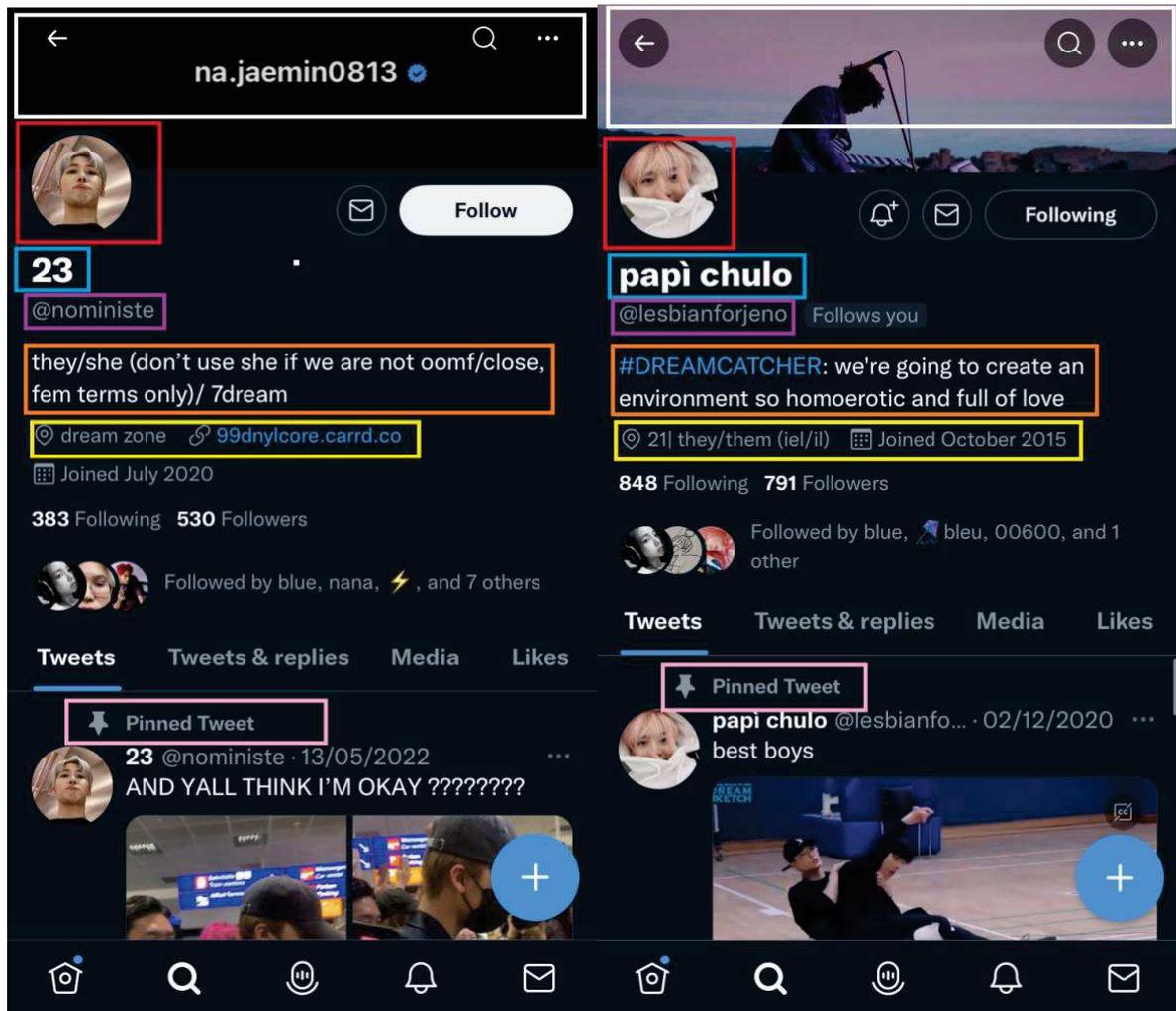
<sup>139</sup> Ibid.

<sup>140</sup> Yves Jeanneret, *Y-a-t-il (vraiment) des technologies de l’information ?* Nouvelle édition revue et corrigée. Villeneuve d’Ascq : Presses universitaires du Septentrion, 2011. Web. <http://books.openedition.org/septentrion/13894>.

<sup>141</sup> Emmanuël Souchier, Étienne Candel, Gustavo Gomez-Mejia, avec la collab. de Valérie Jeanne Perrier, *Le Numérique comme écriture. Théories et méthodes d’analyse*, Paris, A. Colin, coll. Codex, 2019

Le compte Twitter se décompose en plusieurs parties :

- Le Tweet Name (diminutif : TN), qui est le nom du profil, facilement changeable
- L'username ou l' @, qui est l'identité même du compte, comment on le retrouve
- La biographie, où on retrouve des éléments propres à chaque fan
- La photo de profil (pp) et la bannière (*header*) qui est une photo de couverture en haut du profil. Le couple pp et header correspondent au bandeau identitaire des fans qui laissent place à leur imagination et créativité dans ce qu'ils veulent renvoyer.
- Le tweet épinglé (ou *pinned tweet*) que les utilisateurs peuvent mettre en avant sur leur compte.



Exemples de comptes twitter de Kpop Stans interrogé.e.s, Mila (@noministe) et Cilla (@lesbianforjeno)

Légende:

Blanc : bannière / header

Rouge : photo de profil / pp

Bleu : Tweet Name

Violet : Username

Orange : Biographie

Jaune : Localisation et site web (fait partie de la bio)

Rose : tweet épinglé

La photo de profil et la bannière, mais aussi l'*username* sont alors choisis en fonction des groupes de Kpop que les fans stan et sont une vitrine pour les autres utilisateurs du réseau. De ce fait, en arrivant sur le compte d'une personne, il est aisé de savoir ce que cette personne aime, qui elle stan et de quel fandom iel fait partie. Ici nous avons deux personnes fans de NCT

avec des photos de profil des membres de NCT Dream, mais aussi des usernames en rapport avec le groupe. @Noministe renvoie à un nom de ship quand @lesbianforjeno renvoie directement au membre Jeno et à la personnalité de la personne. On se rend également compte que les Tweet Name renvoient à des attributs personnels de la personne, comme l'importance du chiffre 23 pour l'une et la blague espagnole pour l'autre. L'username et le TN sont des éléments de reconnaissance de la personne par le groupe, en effet les abonnés et amis se retrouvent en repérant les noms des gens sur leur fil d'actualité.

Déjà mon @, j'ai pris « noministe », j'ai juste pris mes deux *ults*. Nomin c'est un nom de duo, entre Jeno et Jaemin et j'ai mis -iste à la fin, comme un nom de métier, et du coup voilà je suis noministe. Après le *layout*, c'est le visuel de ton compte quand les gens vont dessus. Moi ma bannière là c'est juste quelque chose de simple, même si j'aime avoir un esthétique très coloré dans la vraie vie, sur Twitter je préfère quelque chose de simple.<sup>142</sup>

Le layout est une extension de la personnalité de la personne puisque chacun des éléments renvoie à quelque chose en rapport avec les goûts de la personne. Un compte de Kpop Stan n'a généralement pas de photo de profil ou de bannière qui montre son visage ou ses amis, ce sont pour la majorité du temps des artistes de Kpop avec qui il y'a une affinité ; ou des photos qui correspondent à leur personnalité ou plutôt ce qu'ils souhaitent renvoyer. Les layouts sont choisis en fonction de la personnalité mais aussi du « mood » ou de l'envie momentanée de la personne.

Je suis très anonyme parce que ma photo de profil c'est mon chanteur de Kpop préféré soit Mark Lee,[...] et mon *header* là c'était un morceau du rap de Mark dans « Kick It »<sup>143</sup>. Du coup c'est vraiment en fonction du *mood*, en ce moment, et même de manière générale ma couleur préférée c'est le bleu, donc j'ai mis Mark avec derrière la piscine de « Fever »<sup>144</sup>, c'est très discret et ça se voit pas, en plus mon *pinned* c'est une photo de moi habillée en bleu et c'est très bien j'aime bien. Là je suis contente, je trouve qu'il est très bien et je veux pas changer, c'est très joli.<sup>145</sup>

En fait la bio, ça peut être un peu ce qu'on veut, c'est plus à titre informatif je pense, ne serait-ce que mettre son âge, ses pronoms [...] Ca peut être aussi les groupes que tu stan, pour que les gens sachent. Ou même juste une citation, y'a pas trop de règle je trouve, et pour le @ aussi c'est un peu pareil. J'ai l'impression que mon @ c'est la seule chose qui

---

<sup>142</sup> Annexe 4, Entretien 3 : Mila

<sup>143</sup> Titre de NCT127

<sup>144</sup> Titre de Enhypen.

<sup>145</sup> Annexe 7, Entretien 6 : Inès

reste, qui me représente. Quand je te dis que je suis un peu « *sunshine* » c'est tout moi, c'est mon @ je m'y retrouve j'ai pas envie de changer, et puis les gens me reconnaissent comme ça.<sup>146</sup>

L'utilisation de la localisation et du site web dans la biographie est par ailleurs une méthode détournée d'en dire davantage sur soi. En effet, les Kpop stans en font une nouvelle utilisation que celle initialement prévue par le réseau social en y mettant d'autres informations sur les personnes qu'ils stannent ou leurs goûts. De même que le site web est utilisé pour mettre d'autres informations, qu'elles soient sur des *bias* : « Ma bio c'est NCT et Dreamcatcher et ma localisation c'est tous mes bias. »<sup>147</sup> ou soi comme ses pronoms. Le site web dans la bio ou le tweet épinglé peut aussi servir pour y exposer son « *carrd* », ou qui renvoie à une fiche d'identité plus détaillées sur le/la Kpop stan. *Carrd* est à l'origine un incubateur de sites internet qui permet de créer une landing page pour les entreprises, mais dont l'usage a été détourné par les Kpop Stans pour y évoquer leur *stan list* et leurs centres d'intérêts. Le *carrd* est alors une vitrine présente sur un compte Twitter que les utilisateurs invitent à regarder avant de s'abonner. On y retrouve des rubriques récurrentes comme la « *stan list* » qui présentent les groupes favoris et les *biases* de la personne mais aussi des « *byf* » (*before you follow-*, ou les choses à savoir avant de s'abonner) et « *dfi* » (*don't follow if-*, choses qui sont rédhibitoires pour la personne). On peut voir le *carrd* dans la localisation de @noministe sur le screen plus haut.<sup>148</sup>

## B.2. Des pratiques d'épanchement *in* et hors Kpop

En plus d'un layout et d'un agencement spécifique, les Kpop Stans utilisent leurs comptes Twitter pour s'exprimer et utiliser la fonctionnalité de tweeter ou retweeter mais aussi citer (qu'on appelle plus couramment « *quote* » en anglais). Le compte fonctionne alors comme un journal intime dans lequel les fans s'épanchent sur divers sujets qu'il s'agisse de Kpop ou de choses plus personnelles. Dans nos entretiens, j'ai essayé de comprendre de quoi les fans

---

<sup>146</sup> Annexe 2, Entretien 1 : Alexia

<sup>147</sup> Annexe 5, Entretien 4 : Akheane

<sup>148</sup> Page d'accueil sur site de carrd : <https://carrd.co/>  
Exemple de carrd : <https://99dnylcore.carrd.co/>

parlent et comment iels utilisent les fonctionnalités proposées par Twitter sur ces comptes-là. Il s'avère qu'un compte stan sert à la fois à donner ses opinions sur les contenus musicaux et extra-musicaux, tout comme s'épancher sur l'admiration que les fans portent à leurs artistes. « Pour la Kpop j'interagis avec les contenus que je vois dans la TL ou je vais penser à la personne que je stan et je vais avoir envie de dire un truc dessus donc je le dis »<sup>149</sup>.

Ces interactions, on peut compter trois principales utilisations sont faites et sont classiques à ce réseau social :

- Le *Tweet direct*, où le/la Kpop Stan émet une opinion directe, une pensée qui le/la traverse, à la manière d'un journal intime sur lequel chaque anecdote et pensée compte.
- Le *Retweet*, souvent des contenus audiovisuels proposés par les agences, que cela soit des vidéos teasers ou photos teasers, mais aussi des contenus de comptes de fanbases avec des photos ou des enregistrements vidéo de contenus. Le *Retweet* permet la transmission et le partage puis « re-partage » des contenus officiels. Ainsi on retrouve encore une des caractéristiques de fans Mélanie Bourdaa soit « Allonger, étirer et déployer le moment de la réception pour que celle-ci ne se termine pas et constitue une boucle infinie. »<sup>150</sup> Akheane nous dit « je *retweete* beaucoup de photos de vidéos. »<sup>151</sup>
- Le *Quote*, ou la citation de tweet, quand un utilisateur reprend un tweet et cite par dessus, créant une mise en abyme de parole. On retrouve encore cette idée d'allonger la réception dans le sens où les fans ne répondent pas seulement au tweet initial mais s'engage avec celui-ci en en créant un nouveau de toute pièce.

Il existe alors différentes manières de s'épancher, que les fans décrivent de différentes manières, par l'humour et l'autodérision :

Je peux tweeter tout et n'importe quoi, genre « oh j'arrive pas à dormir, je pense trop à Haechan », du coup ça amène deux trucs : ça amène ma vie personnelle parce que j'arrive pas à dormir mais ça amène aussi la Kpop avec l'humour; en fait ouais c'est beaucoup de Kpop mais pas dans le sens de lâcher des informations en mode « attention demain

---

<sup>149</sup> Annexe 6, Entretien 5 : Cilla.

<sup>150</sup> Mélanie Bourdaa, « Les fans, ces publics si spécifiques. Définition et méthodologie pour le chercheur », Belphégor [En ligne], 17 | 2019, mis en ligne le 18 avril 2019, consulté le 10 août 2022. URL : <http://journals.openedition.org/belphegor/1701> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/belphegor.1701>

<sup>151</sup> Annexe 5, Entretien 4 : Akheane

comeback ». C'est juste que je tweet ce qui me passe par la tête, ou les trucs que je vois je réagis, j'ai pas de ligne éditoriale, à part parler d'Haechan<sup>152</sup>.

La vie quotidienne et la Kpop se mélangent pour former une fabrique de soi hybride entre Kpop Stan et jeune adulte connecté : « en gros mon contenu va être basé sur mes groupes *ults*, donc plutôt NCT et surtout NCT Dream, et sur mes membres *ults*. Parfois sur des trucs de la vie quotidienne où je raconte ma vie, je me mets pas de limites en fait. » Le compte Twitter est alors utilisé comme une extension de soi dans la mesure où l'épanchement personnel (« raconter sa vie ») et de fan (« contenu basé sur mes groupes »). Par ailleurs des fonctionnalités éditoriales propres à Twitter sont utilisées par les Kpop Stans pour échanger sur ces deux pans de leurs vies, notamment celle des « *spaces* ». C'est une fonctionnalité développée en 2020 dans laquelle les utilisateurs de Twitter peuvent créer un chat vocal et rejoindre en grand nombre. Seule une dizaine de personne peut activer son micro mais il peut y avoir davantage d'auditeurs. Durant le confinement, cette fonctionnalité a été sur-utilisée par les Kpop Stans qui organisaient des sessions d'écoute de musique, mais aussi des sessions de discussion sur les groupes, d'histoires entre *mutus* ou de leurs vies.

Il y a des soirées où on fait des *spaces*, donc c'est des espaces où on parle tous ensemble donc on peut parler de tout, d'histoires sur Twitter mais aussi de parler de nous, de nos vies, c'est ce que je préfère plutôt que de parler d'autres groupes. J'aime quand quelqu'un annonce une bonne nouvelle, ou dit ça va pas, ça nous rend humain, on n'est pas juste des icônes avec des *carrds*.<sup>153</sup>

Il est également courant que les Kpop stans aient plusieurs comptes, dont un principal qu'on appelle le « *main account* », traduction littéral de « compte principal », mais aussi des comptes privés sur lequel se trouvent une partie réduite de leurs abonnés, alors considérés comme des amis plus proches; « j'ai un compte privé où je tweet des choses plus personnelles. »<sup>154</sup>

### **B.3. Entre cercles et micro-cercles de sociabilité féminines régulés : l'espace *safe* ?**

---

<sup>152</sup> Membre de NCT, présent dans les sous-unités NCT127 et NCT Dream

<sup>153</sup> Annexe 3, Entretien 2 : Julia

<sup>154</sup> Annexe 2, Entretien 1 : Alexia

Ces différents comptes, qu'ils soient publics ou privés, sont imbriqués dans des cercles et des micro-cercles de sociabilité, en grande partie féminins. Ce postulat part du fait que j'ai rencontré une vraie difficulté à trouver des hommes et interroger des hommes présents sur le Stan Twitter, mais aussi par les témoignages des fans qui évoquent directement cet aspect. On assiste à la co-création d'un espace *safe*, ou sécurisant dans lequel les femmes et personnes sur le spectre du genre féminin se retrouvent pour évoquer les opinions et leurs admirations pour des produits culturels qui leur sont propres. Selon leurs dires :

Pour être honnête j'ai ... un ami garçon Kpop Stan, mais sinon ce sont toutes des filles ou des personnes *non-binary* [...] Donc oui un seul mec sur peut-être quarante <sup>155</sup>.

Ce sentiment d'entre soi est par ailleurs un aspect positif sur leur expérience de Twitter puisque la surreprésentation féminine est ce qui est recherché :

Je me sens beaucoup plus à l'aise [...] parce qu'on partage les mêmes idéaux, on a des vécus similaires, on a tous vécu des trucs un peu compliqués chacun de notre côté. <sup>156</sup>.

Le Stan Twitter permet aux fans de se retrouver sur des vécus et des expériences sur lesquelles chacun.e peut se retrouver et échanger, ce qui leur donne un sentiment de sécurité et d'écoute, d'où l'espace « *safe* ». Nous analysons donc cet espace safe de Twitter comme un lieu d'écriture de soi où les jeunes adolescentes se réapproprient un site web tout en acceptant d'être dans un espace féminin ou du moins un espace qui laisse le genre féminin s'exprimer. Une analyse sociologique de cet espace met à jour la manière dont les normes de genre et les rapports entre individus se manifestent. <sup>157</sup> Les Kpop stans « éditorialisent » alors leurs espaces en se retrouvant quelque part, là où les espaces publics *locals* les rejettent.

Premièrement, il existe une différenciation entre le Stan Twitter et le « *local twitter* » qui leur apparaît comme un espace lointain en termes de valeurs et d'ouverture, il existe alors une réelle opposition entre les deux mondes, jugés antithétiques, « [le stan twitter] c'est tellement un

---

<sup>155</sup> Annexe 4, Entretien 3 : Mila

<sup>156</sup> Ibid.

<sup>157</sup> Virginie Julliard, « Un mode d'appropriation des *gender studies* par les sciences de l'information et de la communication : la sémiotique du genre », *Questions de communication*, vol. 25, no. 1, 2014, pp. 223-243.

groupe à part entière qu'on [peut] se dire et se différencier des « *locals* », des « autres ». <sup>158</sup> On se trouve face à deux espaces, un avec les Kpop Stans, essentiellement féminines, et l'autre :

Il y'a une grosse différence entre les deux quand même, et encore plus avec le Kpop stan twitter. <sup>159</sup>

La surreprésentation féminine nourrit cette notion d'espace *safe* où les fans peuvent s'exprimer face aux autres sans ressentir un sentiment de jugement qu'ils peuvent retrouver quotidiennement en tant que « fan de Kpop », figure de *fangirl* empreinte de clichés sexistes. Ce sentiment de jugement et de négativité lié à la féminité est partiellement ressenti par les fans :

La stan culture est souvent représentée par des filles, et c'est une « culture de fille » même si ça ne veut rien dire, les gens pensent aux filles, alors que oui certes c'est une bonne partie mais y'a quand même des hommes. Et pareil, parce que c'est un « truc de filles » ça va être vu négativement, alors que les hommes font la même chose dans le sport ou même les voitures, et nous on leur dit rien. <sup>160</sup>

Ce sentiment de rejet pousse à créer de nouveaux espaces féminins où performer sa féminité et son genre sans accroc. L'idée de performativité du genre introduite par Judith Butler <sup>161</sup> en 1990 met en évidence que « le genre est une catégorie performative, c'est-à-dire qu'il est constitué d'actes qui imitent, recherchent la conformité à un original auquel le discours se réfère, mais qui n'existe pas. » <sup>162</sup> En effet, le genre n'est autre qu'une construction fondée sur la différenciation des sexes biologiques et qui se manifeste dans des comportements attribués aux genres féminins et aux genres masculins. Les fans se jouent parfois de ces codes et de cette performance en opérant des actions de sur-performance et en sur-signifiant leurs attributs féminins. Cette performance est par ailleurs visible dans certains mouvements initiés dans des

---

<sup>158</sup> Annexe 7, Entretien 6 : Inès

<sup>159</sup> Annexe 3, Entretien 2 : Julia

<sup>160</sup> Annexe 4, Entretien 2 : Mila

<sup>161</sup> Judith Butler, *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*. London & New York, Routledge, 1990, [2d ed. 1999 ; traduction française (2005). *Trouble dans le genre : pour un féminisme de la subversion*. Paris, La Découverte].

<sup>162</sup> Citation de Irène Jami, « Judith Butler, théoricienne du genre », *Cahiers du Genre*, 2008/1 (n° 44), p. 205-228. DOI : 10.3917/cdge.044.0205. URL : <https://www.cairn.info/revue-cahiers-du-genre-2008-1-page-205.htm>

hashtags à visée de visibilité ou à visée humoristique comme les « *selca days* »<sup>163</sup> ou des #TitsOutForMarkLee, hashtag ponctuel de second degré dans lequel les fans blaguent sur des attributs sexuels secondaires. Les fans interagissent alors bien numériquement entre eux, alors que l'intérêt commun et la base commune se trouve être des groupes d'artistes avec des contenus circulants. Là où d'autres espaces ne permettent pas aux femmes de faire corps, le Kpop Stan Twitter est une solution. Les Kpop Stans se retrouvent non seulement sur des hashtags mais aussi dans des *group chats* (gc), espaces d'autant plus réduits, qu'on peut souligner de micro-cercles. Ces microcercles continuent de se former en s'abonnant à des personnes qui deviennent des *mutuals* / *mutus* soit « quelqu'un qu'on suit et qui nous suit en retour. On se suit mutuellement, *mutuals*, diminués en *mutu.* »<sup>164</sup>

Les mutus peuvent devenir des amis. Je suis quelqu'un qui a une bonne notion du fait qu'il y ait quelqu'un derrière l'écran et au fur et à mesure des conversations tu finis par plus seulement parler sur la TL mais aussi en DM, en Space, puis voilà. Après tu peux être amené à te voir dans la vraie vie et ça peut être très sympathique.<sup>165</sup>

Les abonnés et abonnements peuvent alors dépasser le cercle de Twitter et devenir des amis in real life. On comprend comment les rencontres peuvent passer du virtuel au réel et comment le Kpop Stan Twitter est un berceau de socialisation à part entière.

#### **B.4. Lieu d'émancipation identitaire lgbtqi+ ?**

La question de la place des femmes chez les Kpop Stans et particulièrement dans le Stan Twitter s'est posée naturellement lors de ce travail de recherche en raison de cette surreprésentation féminine dans la communauté. La difficulté dans l'analyse du Stan Twitter par le prisme du genre tient dans le manque de données chiffrées et de données tangibles, seuls des témoignages quotidiens et parsemés m'étaient disponibles, d'où la volonté d'en discuter quelque peu pendant les entretiens. Avant toute chose, il est difficile de faire une analyse sémiotique du site web de Twitter en lui-même puisque les choix éditoriaux du réseau social

---

<sup>163</sup> Chaque mois, il y'a une journée banalisée par les fandoms pour lequel une fan peut poster un selfie avec une de leurs stars préférées qui y ressemble. Les fans de NCT feront des #NCTZENselcaday #NSD, [https://twitter.com/search?q=%23NCTzenSelcaDay&src=typeahead\\_click](https://twitter.com/search?q=%23NCTzenSelcaDay&src=typeahead_click), ou les fans de Enhypen des #EngeneSelcaDay, #ENSD, [https://twitter.com/search?q=%23engeneselcaday&src=typeahead\\_click&f=top](https://twitter.com/search?q=%23engeneselcaday&src=typeahead_click&f=top)

<sup>164</sup> Annexe 3, Entretien 2 : Julia.

<sup>165</sup> Annexe 2, Entretien 1 : Alexia.

ne sont pas particulièrement genrés, toutefois la manière de s'écrire des Kpop Stans peut l'être. Comme vu auparavant avec l'analyse d'un compte de Kpop Stan, la réappropriation de la bio et de la localisation pour indiquer des données personnelles peut aussi être l'étendard des pronoms utilisés. De même que le carrd indique souvent les identités de genre et orientation sexuelle des fans qui estiment que c'est utile de le préciser, à la fois pour des raisons de désignation, lorsqu'il s'agit des pronoms, mais aussi des raisons d'appartenance à la communauté lorsqu'il s'agit d'étiquettes ou de terminologies identitaires. Nous nous intéressons bien aux fans de Kpop et non aux identités de genre et normes de genre de la société sud-coréenne, mais plutôt comment le fait d'être fan ET d'être sur Twitter affecte positivement ou négativement les identités des fans. La question du genre et la question des fans se recourent ici sur le point de la part de personnes LGBTQI+ remarquables dans les fandoms de Kpop, et particulièrement sur Twitter. Il semble que la possibilité de s'exprimer via un réseau social comme Twitter, en plus d'être fan de groupes féminins ou masculins sont co-substantifs d'une liberté de genre. L'émancipation de la jeunesse LGBTQI+ semble se trouver dans le fait de pouvoir explorer son genre et sa sexualité au travers de figures artistiques sur lesquelles communiquer en groupe. Les questionnements de jeunes adultes se manifestent alors dans ces cercles de sociabilités qui comprennent des individus différents.

Tu peux trouver plus de personnes qui sont lgbti donc ça peut te permettre aussi de te questionner dessus, ton rapport au genre, à ta sexualité. [...] cette année que j'ai remarqué qu'il y'avait pas mal de personnes lgbti, genre dans ma TL, ça a plu de *coming out lesbiens*, genre y'a eu que ça. Et j'ai réalisé qu'en fait c'est parce qu'on interagit beaucoup entre nous Ca permet vraiment de se questionner [sur] ton rapport à ces attirances [pour les *idols*] et te dire « ah en fait je voyais mon rapport à l'homme de cette manière là, mais en fait je suis lesbienne ». [...] tu peux *project* de manière plus simple et plus healthy parce que tu peux poser des questions à des gens de ta TL. J'ai déjà des mutus qui m'ont posé des questions sur le fait d'être lesbienne etc.<sup>166</sup>

Le braconnage culturel qu'on a évoqué plus haut se manifeste dans la re-production et ré-interprétation des produits culturels donnés, qui peuvent être de nature homoérotiques, homoromantiques ou lgbtqi+ de manière générale. Ainsi, l'écriture de *fanfictions* homosexuelles tout comme la projection identitaire au second degré sur les *idols* se font. On retrouve alors sur Twitter des *alternative universes* (au) avec des personnages homosexuels, soit entre membres du groupe soit avec un personnage extérieur. Ces écritures permettent aux

---

<sup>166</sup> Annexe 6, Entretien 5 : Cilla

fans de se projeter et s'identifier au travers de figures entièrement fictionnelles ou semi-fictionnelles. Aux fanfictions s'ajoutent de nouvelles formes de projection et d'identification comme la pratique du thread, qu'on a pu déjà discuter. Avec ceux-ci, les fans se permettent d'inventer une histoire aux *idols*, de leur créer de la profondeur selon leurs critères et selon leurs normes. Cela peut aller d'imaginer les pronoms des idoles comme d'imaginer leur genre ou leur orientation romantique et sexuelle, sans les proclamer comme étant réelles. On fait face à une pratique de fans appartenant à la communauté lgbtqi+ qui créent une narration et une interprétation homoromantique ou déconstruite aux productions culturelles comme aux artistes.



Exemple de thread de narration et projection sur le groupe Dreamcatcher, @lesbianforjeno.

Ainsi, les identités marginalisées se retrouvent dans une communauté numérique qui permet une certaine liberté et expression. L'avantage de l'industrie culturelle de la Kpop tient dans cette partie blanche laissée à l'imagination des fans qui peuvent accoler ce qu'ils veulent et créer de nouvelles narrations qui leur sont propres :

Ya un lien entre ton identité de personne queer et ton identité sur le stan twitter dans la mesure où tu peux beaucoup plus explorer les types de relation qui existent. Comme tout est un peu parasocial et que rien n'est fixe, tu peux grave essayer de naviguer dans toutes

les possibilités de relations qui existent tu vois sans rester bloqué.e sur ce truc qui est spécifiquement *cis-het* ou je sais pas.<sup>167</sup>

On peut également penser à des comptes suivis par le plus grand nombre qui ressassent des moments homoromantiques ou possiblement interprétables comme tels dans la sphère Kpop, comme @kpopsapphic<sup>168</sup> suivi par près de 90.000 personnes et qui re-poste des photos ou vidéos d'idols femmes en performance ou dans d'autres situations. Le TN de ce compte est « kpop moments that could kill a sapphic », qu'on traduit par « moments dans la kpop qui pourraient tuer une saphique » soit une réinterprétation de moments réels dans une perspective de female gaze homoromantique.

Le sentiment de sécurité et de liberté dans son identité de genre et identité sexuelle/romantique est par ailleurs ressentie par les fans qui l'évoquent de l'intérieur. La communauté numérique permet une écriture genrée de soi qui n'est pas toujours possible dans la vie quotidienne. L'invention et la réinvention de narrations personnelles sont omniprésentes sur le Kpop Stan Twitter qui s'autoproclame « ouvert » et « inclusif » sur les questions de société.

Je me disais dans la vraie vie, c'est pas tout le monde qui peut être ce qu'il veut être, alors que sur twitter ça permet d'être soi-même sans forcément connaître les gens, donc ils vont être 100% eux-mêmes; ils vont pas être hétéros, vont pas être genrés binairement, ils vont avoir des néo-pronoms des pronoms neutres, tout le monde va être dans la case qu'il veut être, en tout cas sur le *stan twitter*. Parce que je sais que tu peux pas être « iel » sur le *local*, j'ai l'impression que sur le stan twitter on est très ouverts, y'a beaucoup de monde, c'est beaucoup de jeunesse, donc je pense que les gens se permettent d'être eux-mêmes et de vraiment se dévoiler parce qu'ils ne peuvent pas le faire dans la vraie vie.<sup>169</sup>

Ainsi, le compte fan sur Twitter est une extension de soi dans la mesure où les individus s'écrivent, se créent leurs propres narrations tout en interagissant les un.e.s avec les autres sur différents sujets, qu'ils soient artistiques, personnels ou même identitaires. La création de cercles sociaux féminins et inclusifs permet alors une meilleure expression de soi mais aussi la rencontre avec d'autres personnes similaires et dont les expériences de vie coïncident. Le Kpop

---

<sup>167</sup> Annexe 6, Entretien 5 : Cilla

<sup>168</sup> kpop moments that could kill a sapphic <https://twitter.com/kpopsapphic>

<sup>169</sup> Annexe 4, Entretien 3 : Mila.

Stan Twitter érige ses propres règles informelles au travers desquelles les Kpop Stans formalisent leurs comptes, leurs tweets et leurs comportements.

### **C. Un vivre ensemble mis à mal par des dysfonctionnements internes à la communauté ?**

Il existe alors des règles informelles et des manières de procéder et d'agir sur le Stan Twitter qui relève de l'inclusivité et de la liberté d'expression de chacun.e. Toutefois le nombre important de personnes qui affluent sur les réseaux sociaux et particulièrement sur Twitter mène à quelques dysfonctionnements que les fans interrogé.e.s tenaient également à évoquer. Si certaines communautés et si les cercles d'amis et mutus créés autour de soi peuvent être une *safe place* pour les personnes concernées, il existe pourtant quelques divisions à une échelle plus large sur ce réseau social, comme pour un bon nombre de champs culturels. Ces divisions semblent paradoxalement être le fruit de constructions de soi en ligne dans lesquelles les fans s'écrivent, se fabriquent et dessinent leurs opinions en dessinant leurs comportements, et en dessinant les choix de groupes qu'ils stannent.

#### **C.1. L'existence des *fanwars* : quand la communauté se divise en communautés.**

La question des guerres de fans, ou *fanwars*, dans les fan cultures n'est pas nouvelle puisque de nombreux fandoms se sont confrontés depuis l'avènement du numérique. Si les fans des Beatles se disputaient leur légitimité en interne selon les activités et consommations musicales de chacun comme l'étudie Christian Le Bart<sup>170</sup>, il existe des « différenciations dans l'oeuvre »<sup>171</sup> qui démontre que l'offre identitaire que propose la communauté n'est pas sans limite. Au fil des discussions dans les entretiens, on se rend compte qu'il existe une hiérarchisation, ou du moins un sentiment de position plus ou moins supérieur selon les *fandoms* de groupe. « [II] y a des guerres, et parfois ça prend énormément d'ampleur pour rien. »<sup>172</sup> Il existe autant de postulats d'une position supérieure au sein du groupe (« je suis

---

<sup>170</sup> Christian, Le Bart « Stratégies identitaires de fans. L'optimum de différenciation », Revue française de sociologie, vol. 45, no. 2, 2004, pp. 283-306.

<sup>171</sup> Ibid.

<sup>172</sup> Annexe 5, Entretien 4 : Akheane

meilleur.e fan que toi car ... »), que de postulats de position supérieure d'un groupe sur l'autre (« mon artiste est meilleur que le tien »). Ces postulats mènent donc parfois à des guérillas numériques entre fans. On est donc confrontés à « de classiques stratégies de distinction, la différenciation équivalant ici à la recherche d'une position dominante (Bourdieu, 1979). »<sup>173</sup> « Quand il y'a une *fanwar*, ça va se battre à base de chiffres, de ventes d'albums et de vues sur un MV, “ouais mon artiste il est mieux parce qu'il a 1 million de vues alors que le tien il en a que 700 000, donc mon artiste est mieux” ». <sup>174</sup> Les Kpop Stans entrent dans des stratégies de différenciations au sein de la communauté Kpop sur des données chiffrées, réelles ou non, et sur des données subjectives de leurs groupes favoris. Certains *fandoms* vont donc rechercher une position dominante sur d'autres dans une compétition construite par eux-mêmes.

[Il y'a beaucoup de] *fanwars* parce que parfois y'a ce truc de « on s'en fiche de l'idée qui est derrière, c'est juste j'aime pas ton idée et j'aime pas qui tu représentes ». Tu [n'est] limite plus ton individu mais tu représentes une masse et ça t'enlève même ta propre idée. Genre tu vas dire un truc on va te dire « nan mais tu stan NCT », et alors? Est-ce que le fait de stan NCT m'enlève mon individualité ? Les gens vont soutenir des idées qui émanent d'un *fandom*.<sup>175</sup>

Dans ces disputes numériques, il semble alors que certains *fandoms* ne s'apprécient guère pour des questions de popularité, ce qui compromet leur capacité de discernement. Les individus fans de tel groupe peuvent se faire malmenés par des individus fans d'autres groupes pour le simple fait de *stan* quelqu'un d'autre, et ce réciproquement. Les fans se cherchent une légitimité de *stan* le meilleur artiste, le plus talentueux, le plus populaire, le plus reconnu etc. « L'identité est donc bien le moteur de la passion : il s'agit de se construire une image élevée dans un monde lui-même élitaire. »<sup>176</sup>. Le poids des guerres de position est d'autant plus massif qu'il est numérique, la possibilité de faire des tweets et de citer/*quote* ceux des autres à l'infini laisse la place aux fans de se disputer par dialogue interposé. Défendre son groupe importe alors beaucoup. Par ailleurs, la perception de ces *fanwars* et de ces stratégies de différenciation n'échappe pas aux intéressé.e.s interrogé.e.s qui ont conscience des dysfonctionnements sur Twitter.

---

<sup>173</sup> Ibid.

<sup>174</sup> Annexe 8, Entretien 7 : Shana

<sup>175</sup> Annexe 6, Entretien 5 : Cilla

<sup>176</sup> Christian, Le Bart « Stratégies identitaires de fans. L'optimum de différenciation », Revue française de sociologie, vol. 45, no. 2, 2004, pp. 283-306.

Quelqu'un va faire un tweet sur un avis sur un groupe ou un membre, y'a des gens de ce fandom là qui vont venir harceler la personne pour peu alors que souvent la personne a été objective. Parce que ça touche leur groupe, les gens vont être d'une agressivité exagérée.<sup>177</sup>

Y'a des problèmes tous les jours pour des trucs nuls. Genre Stray Kids et Ateez avec les Stays et les Atinys là, généralement c'est des petits trucs ça va quoter des trucs randoms; mais parfois c'est des mythos. L'autre fois y'a eu des rumeurs comme quoi les Stays s'étaient moquées de l'anxiété de Mingi<sup>178</sup> alors que c'était des faux comptes à 0 abonnés c'était même pas des Stays.<sup>179</sup>

Aucun groupe ni fandom n'est épargné et les comportements s'homogénéisent dans la mesure où ce sont des fandoms contre des fandoms. Parfois même certains débats constants dans la sphère de la Kpop comme la chirurgie esthétique, le playback, les streams ou les ventes d'album suscitent des réactions groupées, « par exemple, dès qu'on va faire une critique et dire que tel ou tel membre fait du playback, et ça vaut pour NCT aussi, ils vont se braquer, même si c'est factuel. »<sup>180</sup> La fan faisant partie du *fandom* de NCT, évoque et assume les comportements en ligne du groupe auquel elle fait également partie. Toutefois, donner ses opinions sur ces questions suscite du débat, ce qui l'incite à ne plus le faire, au détriment de sa volonté de s'exprimer : « avant je prenais le temps de le faire et de discuter mais maintenant je le fais plus parce que c'est beaucoup de réponses fermées. »<sup>181</sup>. La différence d'âge semble, pour les interrogé.e.s, jouer dans les relations entre fans, l'adolescence renvoyant à une période d'investissement émotionnel plus intense : « Je mets peut-être ça sur le fait que je suis plus vieille maintenant, donc peut-être qu'avant j'étais aussi fermée à la discussion et je m'en rendais pas compte. »<sup>182</sup>. Ainsi la question de la safe place est limitée aux périodes de calme dans le Stan Twitter, qui pour quelque raison peut parfois se transformer en « *online-war place* »<sup>183</sup> ou lieu de guerres de positions en ligne.

---

<sup>177</sup> Annexe 4, Entretien 3 : Mila

<sup>178</sup> Membre de Ateez

<sup>179</sup> Annexe 3, Entretien 2 : Julia

<sup>180</sup> Annexe 7, Entretien 6 : Inès

<sup>181</sup> Ibid.

<sup>182</sup> Ibid.

<sup>183</sup> néologisme libre

## C.2. La question du harcèlement par le poids du groupe ?

Les fanwars en question mènent donc à une remise en question de la *safe place* et donc à poser les limites à cette possible expression de soi. Le poids du groupe des fans peut mener à certains cas de figure que les fans iels-même nomment « harcèlement ».

En fait sur Twitter tu dois dire quelque chose d'assez général pour que ça corresponde à plusieurs groupes, et pas te faire attaquer par un *fandom*. Si tu parles de quelqu'un de précis, même si tu dis quelque chose de social ou engagé, tu vas quand même te faire harceler, c'est pour ça que les journalistes se font harceler parfois, parce que les gens se sentent titillés.<sup>184</sup>

- La pratique de la citation en masse (ou du *quote* en masse) peut arriver lorsqu'un tweet ponctuel tombe dans une autre bulle de sociabilité que celle du *fandom* dans lequel la personne est. S'il est possible de tweeter dans son cercle et d'interagir sérieusement ou humoristiquement avec ses mutuels, Twitter étant un réseau social ouvert, ces tweets sont disponibles aux yeux de tou.te.s et se trouvent être un motif suffisant pour attaquer. Si l'opinion initiale est épineuse, il peut s'opérer une manifestation en ligne d'un désaccord par le groupe opposant. Le caractère visible par tous peut parfois faire passer l'épanchement intime et privé dans un cadre d'opinion public des Kpop Stans. Il arrive même qu'un simple tweet du Stan Twitter français tombe sur le Stan Twitter international, là où les codes sociaux et codes de l'humour diffèrent.

Par exemple, [...] je mets une photo de quelqu'un avec un piercing au sourcil, et quelqu'un de [mon groupe fav] avec le même piercing au sourcil et je dis « genre ils vont lancer une mode ? », dix minutes après j'ai eu des *quotes* en arabe, pas de chance pour eux je comprenais. J'ai eu 400 cités et après y'a eu tout un énorme débat en TL sur pourquoi il fallait s'énerver ou pas s'énerver d'un piercing au sourcil. Je voulais juste vanner mes *favs*, je n'avais aucune arrière pensée [...] moi je trouve ça très drôle parce que j'attendais même pas de réaction, ou à la limite faire rire mes copains.<sup>185</sup>

Les sujets triviaux dans le sens « communs » ont alors un risque d'être interprétés de manières négative et de causer du tort. Les vagues de citation et le cyber-harcèlement sur Twitter sont communs à d'autres sphères de ce réseau social, et la communauté des Kpop Stans n'y échappe

---

<sup>184</sup> Annexe 6, Entretien 5 : Cilla

<sup>185</sup> Annexe 7, Entretien 6 : Inès

pas. Les limites entre la dénonciation de comportements construits / problématiques de certain.e.s fans ou certains groupes et le harcèlement subi par d'autres est alors très floue tant les dynamiques de groupe sont fortes. Plus il y'a d'opinions, plus il y'a de tweets, plus il y'a d'interactions et les disputes s'engendrent comme un cercle sans fin. Certaines personnes interrogé.e.s voient même ces comportements de groupe et de cercles sociaux comme un phénomène de masse qui leur est néfaste.

En fait sur le Stan Twitter, t'as pas le droit d'avoir des idées. Tu peux te faire *jump* sur tellement de trucs, genre vraiment *random*. [...] Le Stan Twitter c'est vraiment le troupeau de moutons tu vois, t'as le chien qui va dire une idée qui change un peu de la masse et t'as tous les moutons qui vont s'agglutiner. Y'a des gens qui se font *ratio* je me dis « force à vous ». <sup>186</sup>

Le fait d'avoir beaucoup plus de citations que de *likes* sur un tweet est appelé un « ratio » et ce ratio là est en général la manifestation d'un harcèlement ciblé. Du tweet spécifiquement cité vont découler des tas de réponses, souvent d'un *fandom* mécontent.

- La pratique du « *space tribunal* » est aussi arrivée pendant le confinement de 2020 où des personnes se faisaient appeler à parler dans le chat vocal d'un *space* pour expliquer un de ses propos, un de ses tweets qui aurait été mal interprété par la communauté Kpop. Les *stans* ont renommé cette pratique comme *space tribunal* dans la mesure où quelques personnes se plaçaient comme juges et donnaient leurs avis sur le bon sens ou non d'une opinion qui pouvait être jugée de « problématique ». Une poignée d'individus s'autoproclament alors comme position supérieure différenciée par rapport aux autres fans en décidant de la légitimité des un.e.s et des autres. Les *spaces tribunaux* pouvaient aussi servir d'expressions négatives de certains *fandoms* sur d'autres groupes, en alimentant ainsi les désaccords et guerres d'opinions entre fans. Cette pratique a également été détournée en moments humoristiques en faisant le tribunal de certains artistes non-kpop. Le ressort comique se trouve alors dans le fait d'accôler des codes et normes du Kpop Stan Twitter à des éléments complètement extérieurs. Le décalage crée l'humour.

---

<sup>186</sup> Annexe 6, Entretien 5 : Cilla



Exemples d'utilisation de la terminologie du space tribunal chez les Kpop Stans

Au-delà du *space* et de ses détournements d'utilisation, la peur du harcèlement est fréquente chez les Kpop Stans, et certains fandoms semblent plus « effrayants » que d'autres selon leurs dires.

Alors y'en a un peu partout, et je connais pas tous les fandoms mais ceux qui sont plus propices à ça c'est les Armys, les fans de BTS, après ils sont plus nombreux donc forcément ça ressort. Et les Blinks aussi, les fans de Blackpink, c'est deux fandoms vraiment effrayants.<sup>187</sup>

Les Armys m'avaient quote une fois parce que j'avais dit sur Twitter que les groupes qui ne parlent pas du harcèlement que fait leur fandom participent au harcèlement, et comme là ça sous-entendait BTS, elles sont venues réagir. Mais une des premières choses qu'on apprend sur le harcèlement c'est que le spectateur est du côté de l'harceleur, exactement comme là.<sup>188</sup>

Le poids du nombre dans un fandom compte dans la mesure où plus nombreux est le groupe, plus nombreux sont les individus qui causent le trouble dans ces communautés. S'il faut prendre avec des pincettes le fait que les fans de BTS (Armys) et de Blackpink (Blinks) soient les premiers nommés lorsqu'on évoque le harcèlement chez les Kpop Stans, c'est aussi et surtout car ces fandoms sont élargis donc plus visibles et plus emprunts à agir en masse.

<sup>187</sup> Annexe 4, Entretien 3 : Mila

<sup>188</sup> Annexe 6, Entretien 5 : Cilla

### C.3. Le Kpop Stan Twitter, engagement réel ou militantisme performatif ?

L'autre problème sous-tendu dans ces questions de vivre ensemble mis à mal est que les sentiments d'injustice naissent, notamment auprès des personnes issues de catégories sociales opprimées ou marginalisées qui voient d'un mauvais œil le militantisme des fans. Se pose alors la question de l'engagement social, est-il réel ou performatif ?

Twitter a auparavant été évoqué comme le terrain d'un militantisme politique chez les Kpop Stans en prenant l'exemple des Armys et leur rôle dans le mouvement Black Lives Matter ravivé en Juin 2020. La communauté Kpop a par ailleurs pris part de manière générale dans ces engagements en rabottant des meetings politiques, ainsi qu'en saturant des hashtags de suprémacistes blancs comme #WhiteLivesMatter de contenus Kpop pour éviter au mouvement de grandir. Marion Le Mière souligne par ailleurs que le hashtag dans ce cas de figure là peut être le lieu de convergence de luttes et d'engagement sociaux, par lesquels les communautés Twitter, et particulièrement les Armys passent. S'opèrent en effet des « tactiques d'occupation » de l'espace numérique<sup>189</sup> de Twitter qui devient un espace d'activisme. Toutefois, cet espace activisme et ces actions en ligne ne sont pas toujours perçus positivement par le groupe dans son intégralité. Si la sensibilisation et la politisation existent, du fait que les Kpop Stans sont aussi des individus humains (et issu.e.s de minorités ou groupes marginalisés) avant d'être fans, on peut se poser la question de ses limites. A l'échelle française, des dysfonctionnements ont été remarqués et pointés du doigt de l'intérieur. Les actions posées comme militantes sont alors perçues comme superficielles par certaines personnes du groupe, alors lésé.e.s.

L'activisme *kpop-ien* c'est vraiment de la performance et ça se voit vraiment sur toute la sphère, que ça soit les idols, les agences, les fans, c'est que de la performance, y'a pas de déconstruction réelle, pas de changement. [...] Twitter, je pourrais en parler des heures. La performance est tout le temps là. Y'a eu beaucoup de mots de sociologie qui ont été vulgarisés comme le *white passing*, l'*asian fishing*, la *comphet*, et les gens vont croire qu'ils sont déconstruits parce qu'ils connaissent les mots de phénomènes sociaux, ils vont se dire « *oh i get this* » et penser que ça suffit à connaître.<sup>190</sup>

---

<sup>189</sup> Marion Le Mière, « Twitter, terrain d'expression d'un militantisme politique des communautés de fans de K-pop, ARMY et le mouvement Black Lives Matter en juin 2020 », mémoire sous la dir. de Pauline Brouard et de Laurène Renaut, université CELSA Paris-Sorbonne, Novembre 2021.

<sup>190</sup> Annexe 6, Entretien 5 : Cilla

Ça me fait penser au fait que la vulgarisation du militantisme, c'est exactement ça sur le Stan Twitter [...] Parce que des fois y'a des bons combats, mais parfois les combats sont repris et instrumentalisés. C'est juste prouver que j'ai raison, y'a de pas de recherche de la vérité ou de ce qu'il y'a de mieux, c'est juste prouver que j'ai raison et toi t'as tord, donc c'est crevant, t'as pas envie de parler avec eux.<sup>191</sup>

Le fait de placer les Kpop Stans comme forcément engagé.e.s dans des causes sociales ou environnementales est à discuter. Cela revient donc à discuter de la place du militantisme sur Twitter et les réseaux sociaux de manière générale. Il est alors difficile d'à proprement parler de discours militant des Kpop Stans comme étant un discours unifié et engagé. La Kpop devient alors un prétexte pour évoquer des sujets sociaux qui sont plus ou moins bien connus de chacun, comme les questions d'identité au sens large. Les témoignages recueillis lors des entretiens révèlent alors que le militantisme des Kpop Stans n'est pas toujours perçu correctement ou bien accueilli par le groupe lui-même et est même parfois dénoncé comme « pas assez », « trop faux », « trop superficiel », malgré certains résultats positifs qui en découlent. Il existe des différenciations et décalages de considération selon les individus et leur engagement personnel.

La Kpop Stan Twitter est alors un sujet vaste et complexe sur lequel autant de nuances que d'individus peuvent être faites dans la mesure où il présente des ambivalences entre sentiment d'appartenance au groupe et sentiment d'insatisfaction. Comme toute communauté numérique, la force du nombre peut avoir un impact positif comme négatif sur les individus et leurs comportements. C'est alors un endroit où les fans se retrouvent, échangent, discutent et partagent leurs opinions et intimité avec des personnes qui leur ressemblent et qui les comprennent. Il existe une certaine reconnaissance des un.e.s et des autres dans leur identité de fan grâce à différentes pratiques d'épanchement mais aussi de création de cercles et micro cercles sociaux. Les Kpop Stans ont alors un endroit sur lequel communiquer et s'exprimer. Cette communication et expression reste pourtant parfois mise à mal par certains dysfonctionnements perçus de l'intérieur. Si le groupe social a des normes informelles, il arrive que certain.e.s les rompent et les franchissent en ayant des comportements jugés mauvais ou performatifs par le groupe, c'est là où les limites de cet espace sécurisant et fermé se questionnent. Les contours de l'acceptable dans une communauté numérique aussi vaste restent

---

<sup>191</sup> Annexe 7, Entretien 6 : Inès

flous tant les individualités diffèrent malgré leurs caractéristiques communes de fans. Les dysfonctionnements ponctuels n'empêchent cependant pas la communauté d'exister et de se pérenniser au travers des pratiques déjà évoquées.

Notre deuxième hypothèse se valide dans la mesure où Twitter se révèle être un espace où se jouent des dynamiques identitaires. Les fans construisent leurs profils numériques, donc leurs comptes Twitter en en définissant les contours et les enjeux selon leurs fandoms et communautés d'appartenance. S'ils interagissent et échangent quotidiennement avec des individus des mêmes cercles qu'eux, les matériaux fondateurs pour créer ces cercles restent les groupes de Kpop et par extension les productions et contenus qu'ils publient. Les personnes interrogées témoignent donc bien leurs pratiques sur le Stan Twitter comme étant impliquées dans des rouages de comportements de fans, avec toutes les complexités que cela implique.

---

### III. L'économie de l'échange en ligne ou la réappropriation collective et individuelle du merchandising musical

Les Kpop Stans font donc communauté sur les réseaux sociaux et particulièrement sur le Stan Twitter. Les fandoms se rejoignent et interagissent les uns avec les autres autour de pratiques et de comptes spécifiques. Ainsi les fans partagent leurs avis, leurs aventures et leur rapport à la Kpop dans des tweets mais aussi des messages et/ou d'autres fonctionnalités Twitter évoquées plus haut. Par ailleurs, un autre réseau social émerge de nos discussions sur lequel les fans font d'autres pratiques communautaires : Instagram. La matérialité de la musique et plus précisément des albums physiques prend une place très importante dans la Kpop et dans les pratiques de fans. Les Kpop Stans sont un public qui achète et consomme les albums physiques dans la mesure où ils ont des formats spéciaux, communs à aucune autre industrie musicale. Il existe aussi un caractère marchand systématique, qui est revenu dans les entretiens et qui rejoint à la fois le système économique de la Kpop mais aussi des dynamiques réticulaires numériques cachées.

Dans tous les cas, la rencontre suscite une sociabilité active. La passion peut désormais être dite, et avec elle toutes les directions dans lesquelles elle se déploie : collection de disques, de livres, d'objets, de photos [...] les objets collectionnés acquièrent le statut d'authentiques fétiches reconnus en tant que tels [...]. On est entre soi, le travail perpétuel de justification auquel le fan est ordinairement condamné peut ici être suspendu.<sup>192</sup>

Le *merchandising* de Kpop est un sujet vaste et encore peu exploité, qui pourtant est récurrent dans les récits et pratiques des fans. Les albums comme l'ensemble des produits dérivés de l'artiste font partie intégrante des pratiques de fans en ligne et hors ligne.

---

<sup>192</sup> Christian, Le Bart « Stratégies identitaires de fans. L'optimum de différenciation », Revue française de sociologie, vol. 45, no. 2, 2004, pp. 283-306.

## A. La marchandisation d'items commerciaux à des fins de collection personnelle

Les albums de Kpop contiennent tous des items à collectionner, depuis une dizaine d'années. Parmi ces items, albums musicaux avec des photoshoots, cartes postales, cartes à collectionner de différents formats avec différentes versions, posters, et autres objets de collection avec un vocabulaire très spécifique, que nous découvrirons plus tard lors de l'étude. Ces objets symboliques, pour reprendre la terminologie de Baudrillard<sup>193</sup>, prennent une place intégrante dans la vie et l'organisation sociale des Kpop stans qui se règlent en eux. En effet, il insiste sur la dimension symbolique et non utilitaire des objets, qui auraient alors un ensemble de significations émotionnelles et personnelles auprès des fans. Ainsi la collection semble être le reflet d'une fabrique intime de soi tant les objets reflètent la personnalité du/de la collectionneur.euse à l'œuvre.

Les objets sont chauds ou froids, c'est-à-dire indifférents, hostiles ou spontanés, sincères, communicatifs, « personnalisés ». Ils ne se proposent plus à tel usage strict – pratique grossière et archaïque –, ils se livrent, se déploient, ils vous cherchent, vous entourent, vous prouvent qu'ils existent par la profusion de leurs apparences, par leur effusion. Vous êtes visé, *aimé* par l'objet. [...] <sup>194</sup>

Les travaux sur l'anthropologie économique mais aussi l'anthropologie de la collection ont notamment démontré et expliqué comment les sociétés et être humains avaient tendance à s'organiser en règles pour acheter, s'échanger, faire du troc et créer ainsi des relations équitables. D'autres travaux postérieurs ont mis en avant l'échange et le système de don et de contre-don, comme l'a théorisé Marcel Mauss dans son *Essai sur le don*.

### A.1. L'objet album de Kpop au centre des interactions

Les fans mettent en avant l'importance des albums dans leurs pratiques, ils sont inscrits dans un processus et un engrenage vers l'implication maximale de fan. On fait face à une «

---

<sup>193</sup> Jean Baudrillard, *Le système des objets*, Paris, Gallimard, 1968.

<sup>194</sup> *ibid*, p. 239.

sociabilité active »<sup>195</sup> dans la mesure où les fans pratiquent leurs collections d'albums et d'items ensemble. Derrière chaque individu isolé se trouve tout un réseau de fans qui s'entraide. La pratique de la collection est plus ou moins avancée selon les fans et chacun.e s'y investit plus ou moins. L'intérêt de cette industrie culturelle pour le merchandising incite les fans à consommer davantage de produits, non seulement de contenus audiovisuels mais aussi physiques :

Là dans la Kpop t'en as qui font des albums tous les six mois, ce que j'aime c'est l'activité en fait. Y'a toujours un nouvel album, du nouveau contenu, des nouvelles photos, en fait c'est un engrenage y'a toujours un truc, t'aimes bien les contenus donc t'aimes bien la musique, t'as ça puis tu regardes une vidéo, puis une autre, puis tu achètes, tu *trade*, tu collectionnes.<sup>196</sup>

Alors on va prendre un exemple, imaginons NCT sort un album, généralement il y'a plusieurs versions, avec des *photocards* différentes, donc c'est des petites images des membres. Et quand on ouvre l'album on sait pas sur qui on va tomber, et on peut collectionner par exemple un membre, ou plusieurs membres.<sup>197</sup>

Le système de la Kpop veut que les fans soient pris dans cet engrenage et que la collection devienne une pratique récurrente. En effet le système est pensé pour que le fan collectionne les objets, c'est ce qu'on comprend avec l'existence de plusieurs versions d'albums pour un seul et même projet. Ces versions peuvent alors être des différences de concept / photobook par le groupe mais peuvent aussi être des versions par membre, ce qui rejoint le concept de bias dans cette stan culture, un.e fan achètera forcément la version de son/sa membre favori plus facilement. Par ailleurs, les versions d'albums physiques sont teasées par des photos de membres publiées sur les réseaux sociaux, puis annoncées avec une planche de « prévisualisation ». Ces album previews<sup>198</sup> sont alors utiles pour connaître précisément le contenu de l'album, sans pour autant exposer les photos des items, pour éviter le « spoil » des photocards et des inclusions. Le fait d'avoir des albums avec autant d'items dedans constitue un perpétuel étonnement pour les fans de Kpop qui ne rencontrent pas ce système ailleurs.

---

<sup>195</sup> Christian, Le Bart « Stratégies identitaires de fans. L'optimum de différenciation », Revue française de sociologie, vol. 45, no. 2, 2004, pp. 283-306.

<sup>196</sup> Annexe 4, Entretien 3 : Mila

<sup>197</sup> Annexe 3, Entretien 2 : Julia

<sup>198</sup> Cf. Annexe 11.

On achète des albums de musique, sauf que dedans y'a pas juste un CD y'a pleins de sortes de goodies. Et le truc qu'il y'a tout le temps c'est les *photocards*, donc c'est des petites photos, c'est aléatoire et c'est un seul membre. Et ce qui se fait beaucoup dans la Kpop c'est de collectionner ces photocards! Donc on a des pc d'album mais aussi des *non-album*, mais ça c'est autre chose. Moi quand on m'a appris ça je me suis dit « [...] mais c'est un truc de fou », j'ai trouvé ça tellement dingue, enfin le marketing est incroyable, je me suis dit mais normal que les gens tombent là-dedans.<sup>199</sup>

Y'a énormément énormément de contenu et de merch qui sortent et qui étaient pas là avant, vu que je collectionne. [...] NCT et WayV je collectionne absolument tout. J'ai tous les albums, mais je sais que on arrive pas à suivre, y'a des merch, des season's greetings qui sortent avec des prix conséquents. Donc je trouve que c'est pas juste mais en même temps on a de la chance.<sup>200</sup>

La place du bias est aussi importante dans la collection dans la mesure où les albums sont accompagnés d'un item très précis qui est central dans l'album : la *photocard*. Le caractère aléatoire de la *photocard* rend le jeu de l'achat du merchandising intéressant pour le consommateur qui se trouve face à une sorte de surprise. Le fait de ne pas savoir quel membre est dans l'album implique davantage les fans dans un scénario d'attente et de suspens. C'est par ailleurs souvent l'item que les fans regardent en dernier après avoir parcouru le photobook, comme en font preuve les nombreux *unboxings* faits sur les plateformes de vidéo.<sup>201</sup> On comprend bien le principe des versions et du contenu de l'album dans ce type de contenu qui expose alors l'objet comme un objet de collection. Les Youtubeur.euse.s qui exposent leurs items l'exposent aussi dans une volonté de partager leur passion de fan et partager leur légitimité. Ainsi la collection intime et personnelle devient un sujet central de partage au sein des fandoms et de la communauté de Kpop Stans, et ce sur tous les réseaux sociaux. Si le système d'échanges est principalement sur Instagram, la collection reste largement discutée et exposée sur d'autres réseaux, et sur notre fameux Stan Twitter également, à l'aide de threads de photocards et de questions de collections<sup>202</sup>.

---

<sup>199</sup> Annexe 4, Entretien 3 : Mila

<sup>200</sup> Annexe 5, Entretien 4 : Akheane

<sup>201</sup> Exemple d'Unboxing par Shawolzenl, « ♡Unboxing NCT Dream 엔시티 드림 2nd Album Repackage Beatbox 비트박스 (New School, Young Star & Digipack Ver)♡ », <https://www.youtube.com/watch?v=f8t1AR89Tc4>

<sup>202</sup> Exemple de thread de questions, @CB97Culture, 18 Mars 2021, <https://twitter.com/cb97culture/status/1372656024067452931>



Exemples de tweets sur la collection de photocards, Janvier et Mars 2021.

La collection de fans est alors un mouvement collectif dans la mesure où les items de Kpop comme les albums et les photocards sont centraux dans les pratiques de fans. Ainsi les individus « tombent » dans ce système voulu et pensé par l'industrie. Les albums sont centraux et sont l'objet de collection principal dans l'industrie de la Kpop et au sein des fandoms. Ces albums et ces objets deviennent alors des objets symboliques qui prennent une place importante dans l'écriture numérique des fans qui leur accordent une signification importante. Ils s'associent ainsi à leurs objets, qui sont une représentation matérielle de leur identité de fan et qui est exposée aussi bien physiquement que numériquement.

## A.2. Une collection personnelle qui reflète l'individualité de fan

Les fans collectionnent alors des albums, des items et autres objets comme les photobooks ou les magazines à l'effigie des artistes. Si la collection de merchandising est quelque chose qui se transmet et se partage entre fans, c'est aussi à une autre échelle une activité personnelle étant donné que chacun.e fait ses propres choix. Certains groupes vont être privilégiés, certains membres des groupes mais aussi certains types d'objets. Ainsi l'écriture et la fabrication de soi passe par les choix entretenus par les fans. Les objets de collection, les idoles choisies sont autant de démonstrations de notre identité de fan. La collection entre dans l'ordre

---

Exemple de thread d'exposition de wishlists, @lesbianforjeno, 13 Janvier 2021, <https://twitter.com/lesbianforjeno/status/1349418891865436161>

de l'intimité dans la mesure où chaque collection est unique et voulue/arrangée par la personne qui la possède. Les Kpop Stans s'organisent ainsi avec des wishlists, soit des listes d'envie où les couvertures d'albums et les photocards et inclusions sont exposées.<sup>203</sup> Ainsi les wishlists sont choisies et sélectionnées par les fans qui décident de quel groupe ils collectionnent mais aussi quels membres. La question de *l'idol* et du *bias* se joue encore ici dans la mesure où il est possible de différencier un.e membre avec qui le/la fan a plus d'affinité. Il est commun, voire systématique, d'avoir un.e bias dans un groupe, et souvent la collection suit ces affinités. Ces *wishlists* peuvent donc être faites par groupe ou par membre et sont en général faites par des personnes qui savent le faire. Il est d'usage de prendre des templates déjà faites par certaines personnes du fandom qui les offrent au téléchargement pour tout le monde.

Sur Twitter et Instagram t'as des gens qui font des templates puis qui les postent et les mettent aussi dans des *drives* . Tout simplement, ils font des montages photo avec toutes les photocards qu'un membre a eu, que ce soit dans des albums ou même toutes les photocards en général. Ils mettent sur une page blanche toutes les infos avec le nom, la provenance et tout.<sup>204</sup>

La *wishlist* est personnelle et sert aux collections intimes, mais peut être partagée par les fans qui collectionnent le même groupe ou la même personne. La collection personnelle permet aux fans « d'appartenir à une communauté de pairs, à un groupe social dans lequel le fan va inscrire sa passion et dont il va devenir membre. Cette communauté présente une grande organisation ». <sup>205</sup> De cette organisation intime découle une organisation collective. Les wishlists personnelles deviennent des partages collectifs et les collections s'épanchent et se montrent sur les réseaux sociaux. Chaque fan choisit alors sa manière de collectionner et ses envies tout en se racontant au travers de cette collection. Il existe alors tout un vocabulaire du merchandising, tout un panel de produits à collectionner.

Comment je collectionne? ça a été petit à petit. Au début je voulais faire un membre, deux membres, puis quatre, puis sept, puis je me suis dit « attends je vais pas collectionner que les *photocards* d'album, je vais faire les non-albums aussi ». . Parce qu'il y'a des gens qui

---

<sup>203</sup> Annexe 12, Template de SuA de Dreamcatcher.

<sup>204</sup> Annexe 4, Entretien 3 : Mila

<sup>205</sup> Mélanie Bourdaa, « Les fans, ces publics si spécifiques. Définition et méthodologie pour le chercheur », Belphegor [En ligne], 17 | 2019, mis en ligne le 18 avril 2019, consulté le 10 août 2022. URL : <http://journals.openedition.org/belphegor/1701> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/belphegor.1701>

collectionnent tout tout tout, même si c'est la même photos quinze fois mais que c'est une photocard de différentes provenances.<sup>206</sup>

Je collectionne aussi par membre, je peux pas collectionner tout le monde. Donc je fais de l'échange et de l'achat, et de la revente. Je collectionne Ten parce que c'est mon UB<sup>207</sup> [...] WayV j'achète tous les albums, même les *photobooks*, j'ai acheté les spéciales par membre. Pour NCT Dream j'ai aussi pris des déco stickers.<sup>208</sup>

Chaque fan décide de ses groupes et collections en ayant en tête et en exposant des wishlists, mais la collection est aussi et surtout un ensemble d'objets physiques qui ont une place dans la chambre de la personne. A la manière des posters, les albums et les photocards de Kpop sont exposés dans l'espace intime des fans et ont leur place particulière. Le Bart parle alors le « posture de collectionneur » comme un des ressorts de la stratégie identitaire de différenciation chez les fans. La collection fait de la/du fan une personne identifiée et affirmée par le fait d'admirer un.e artiste. En prenant la posture du collectionneur le fan s'assume et s'affirme comme fan de Kpop et comme ayant des pratiques de fans spécifiques. Les récits de vie de chacun les mènent sur la même activité, quand pourtant l'entrée dans la collection n'est pas innée, si une fan nous parle d'aimer collectionner tout un tas de choses dès son plus jeune âge, l'autre nous dit ne collectionner que des objets musicaux dont elle est fan. Il existe une pluralité de récits individuels menant aux mêmes pratiques physiques. Cette collection est alors importante dans la pièce intime de la/du fan qui expose ses objets préférés comme un petit musée de fan où chaque case correspond à une catégorie. On peut l'observer dans les collections de nos personnes interrogées qui accordent une importance à la disposition de leur merchandising en rangeant par groupe, ou encore par couleur, ou même encore par types de versions d'albums (il y'a les albums avec photobook, les albums sans photobook plus traditionnels qu'on appelle « jewel case » ou les boîtiers en plastiques classiques).

---

<sup>206</sup> Annexe 4, Entretien 3 : Mila

<sup>207</sup> Ultimate Bias, cf Partie I, p. 44.

<sup>208</sup> Annexe 5, entretien 4 : Akheane



Exemple d'une collection personnelle, celle de Mila, Mars 2022. Photos des étagères de sa chambre sur lesquelles figurent des albums, *photobooks*, et *lightsticks* du groupe NCT et de ses membres favoris.<sup>209</sup>

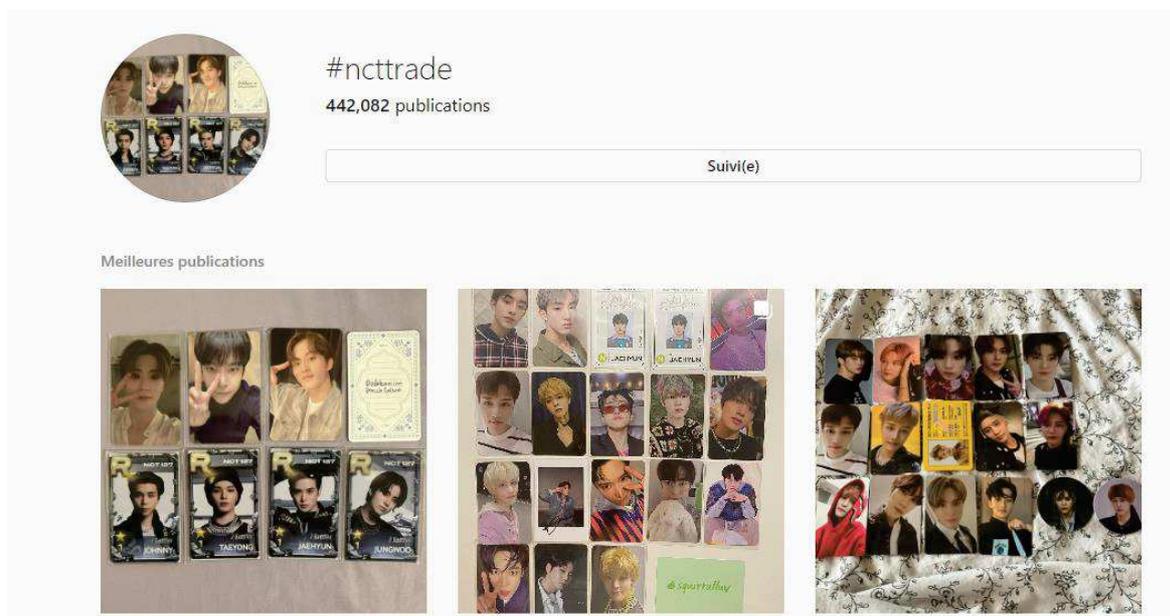
Il aura alors fallu plusieurs mois voir plusieurs années pour arriver à cette collection dans laquelle la fan s'investit de jour en jour. Être fan revient donc à s'investir non seulement émotionnellement et socialement mais aussi financièrement, l'achat, la vente et la revente entre dans une économie particulière de fan.

### **A.3. Etude de la photocard : la monnaie d'échange des Kpop Stans**

La collection de fan de Kpop repose d'une part sur l'achat d'albums en tant qu'objets de merchandising à avoir sur ses étagères, mais elle repose aussi et surtout sur une entité de monnaie d'échange qu'est la photocard. On l'a déjà évoquée, la *photocard* est une petite carte, souvent de la taille d'une carte bleue, sur laquelle est exposée une image d'un.e ou plusieurs membres d'un groupe. En général il n'y a qu'un.e membre et c'est ce type de *photocards* qui auront plus de valeur. La photocard s'avère alors être la monnaie d'échange des fans de Kpop dans la mesure où si iels ne piochent pas aléatoirement le membre qu'iels collectionnent, c'est tout un processus d'échange qui s'enclenche. De même, ce sont les items les plus achetés et qui circulent le plus dans la communauté. Il suffit d'analyser simplement un hashtag comme #ncttrade (ou « échange nct ») pour y trouver une grande majorité de publications mettant en avant des photocards à l'échange, et ceci est valable pour tous les groupes, pas seulement NCT. Au 31 Octobre on comptait près de 450.000 publications sous ce hashtag, qui n'est qu'un parmi d'autres dans le monde de l'échange.

---

<sup>209</sup> Voir Annexe 13, Ensemble de la collection de Mila.



Screenshot de la recherche Instagram #ncttrade, 31 Octobre 2022, 16h27

La photocard, aussi surnommée « pc » est au cœur de la collection et des intérêts de fans, c'est elle qui est le plus recherchée et le plus collectionné. Elle fait l'objet de discussions entre les fans qui parfois achètent plusieurs albums de la même version uniquement pour voir quelles *photocards* et inclusions se trouveront dans celui-ci. L'effet de surprise de la *photocard* et l'attente qu'elle introduit prime sur l'achat de l'album en lui-même. Le fait de piocher et « tomber » sur une photocard se dit « *pull* »<sup>210</sup>, les fans *pull* donc des photocards de leur membre préféré ou non.

A quoi ressemble une *photocard* ? Il existe plusieurs types, séparée en grandes catégories :

- Les *photocards* d'album : comme son nom l'indique c'est une photocard incluse dans l'album de base.
- Les « non-album *photocards* » : qui au contraire ne sont pas dans des albums mais dans d'autres items plus rares ou plus chers comme des dvd, du merchandising spécial, des magazines ou des photocards offerte avec des items de marques en collaboration avec les idols. Celles-ci sont considérées plus rares et sont donc revendues plus chères, tout en étant plus difficiles à trouver. Ainsi un système de rareté, de demande et d'offre se met en place dans cette micro-économie où les photocards ont un prix qui fluctue.

<sup>210</sup> « Tirer au sort » en anglais, traduction libre.

D'autres catégories se dessinent :

- Les *selfies photocards* : image de l'idol avec la caméra avant
- Les *concept photocards* : image de l'idol prise professionnellement, elle est souvent une photo dans les vêtements du photoshoot de l'album montrant l'artiste de loin, ou de buste.

De manière générale, les photocards selfies sont plus collectionnées et ont une plus-value par rapport aux concept photocards moins demandés par les fans. Ainsi se crée une hiérarchisation des inclusions de Kpop dans la mesure où la photocard vaut par ailleurs plus cher que la carte postale ou le poster, puisque ces derniers sont moins recherchés. D'autre part, moins il y'a de photocards dans l'album, plus elle sera revendue chère. Par exemple, dans les *boy groups*, il est souvent d'usage de ne mettre qu'une ou deux *photocards*, là où les *girl groups* auront quatre ou cinq *photocards*. De ce fait, le prix et la valeur marchande des inclusions se décident en fonction de leur rareté et de leur demande. C'est aussi de cette manière que certain.e.s membres plus collectionnées, dont les photocards sont le plus recherchées, auront



une valeur différente donc seront vendues plus chères mais aussi échangées contre des items avec une plus grande valeur. Akheane nous dit par ailleurs ne pas collectionner un membre : « Haechan est trop demandé donc c'est la galère »<sup>211</sup>.

Certaines photocards sont également mises de manière limitée dans les albums, ce qui leur donne une encore plus grande valeur, comme la photocard tout en haut à droite sur la photo ci-contre qui est une édition extra limitée de Jaemin, de NCT.<sup>212</sup>

<sup>211</sup> Annexe 5, Entretien 4 : Akheane

<sup>212</sup> Image du binder Jaemin de Mila. Voir Annexe 13.

Les *photocards* sont rangées dans des classeurs qu'on appelle des « *binders* » dans le jargon de la collection. Elles sont alors placées dans des pochettes à neuf entrées (ou *nine-pocket sleeves*) et généralement protégées par des mini feuilles en plastiques dans lesquelles sont directement mises les items.

Ci-joint, nous pouvons observer des *selfies photocards* de Jaemin, mais aussi des *concept cards* comme les deux du premier rang ou la dernière du dernier rang. Les photocards sont ordonnées selon la date, ou l'era de sortie d'un titre. Ainsi la fan a rangé ses photocards par membre du groupe et selon les dates de sorties de ses pcs, qui est la manière la plus courante de les ranger. Parfois les fans font également des rangements par groupe si iels collectionnent plusieurs membres ou même tout le groupe. L'agencement du binder est strictement personnel même si certain.e.s fans influenceurs donnent des conseils sur de meilleurs rangements. Les fans rangent alors leurs photocards précieusement dans des classeurs spécifiques à cette collection, eux même alors rangés dans la chambre de manière que le classeur soit visible et/ou disponible.<sup>213</sup>

La photocard est tellement centrale dans la collection des Kpop Stans que sa place s'étend même au-delà du classeur/*binder* mais s'affiche également derrière leur smartphone. En effet, une des pratiques les plus courantes et facilement observables est le fait de mettre une *photocard* derrière leur téléphone dans une coque transparente, à la fois pour signifier son appartenance à tel ou tel fandom, mais aussi et surtout pour indiquer son bias.<sup>214</sup>

## B. Une organisation numérique de *comptes trades* codifiés où se jouent des dynamiques de socialisation individuelles et collectives

Pour arriver à ce degré de collection et cette organisation, les fans passent par une certaine organisation numérique qui répond à des règles d'usage. L'apprentissage de ces règles se fait au contact des autres, à l'aide de mécanismes d'imitation entre les un.e.s et les autres. Ainsi le/la fan qui cherche à collectionner des albums, des *photocards*, des inclusions et du merchandising de manière générale passe par les réseaux sociaux. L'élément central de la

---

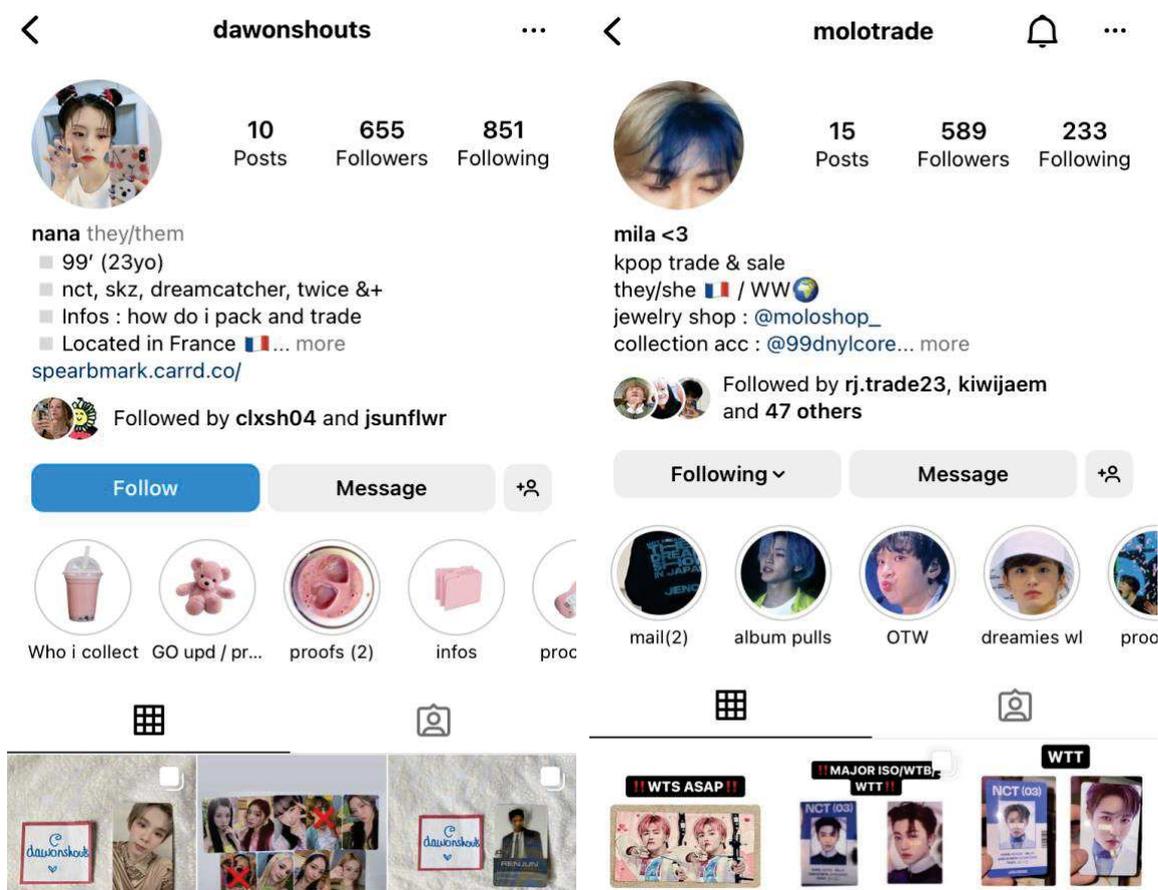
<sup>213</sup> Voir Annexe 13.

<sup>214</sup> Voir Annexe 14

construction d'une collection est alors le compte Instagram qu'on appelle dans le jargon des Kpop Stans « un compte trade ». Les personnes que nous avons interrogées nous ont parlé de ce fonctionnement, qu'on développera avec une analyse sémiologique des comptes directement comme des micro-sites webs organisés.

### **B.1. Le compte *trade*, un dispositif numérique qui représente les fans au travers des objets de *merchandising***

Le compte *trade*, ou compte d'échange est alors un compte Instagram sur laquelle les fans publient leurs items à échanger ou vendre, et via lequel iels communiquent et interagissent dans une communauté, la « *trade community* » (la communauté de l'échange)/ A la manière de Twitter, les fonctionnalités du compte Instagram sont réappropriées par les fans pour signifier leur appartenance et signifier leur identité de fan. Puisque tout le monde s'y retrouve, au-delà de la France, les échanges s'opèrent la plupart du temps en Anglais, bien que les français.e.s soient très présent.e.s. Les personnes se lient alors via des échanges, des ventes, des concours et des jeux publiables et re-publiables via les stories ou via les publications. Ce compte est alors une fiche d'identité de fan en tant qu'individu intriqué dans un système réticulaire économique sous-jacent sur Instagram. Les fans font alors partie d'un microcosme de collectionneur.euse.s qui se constituent en réseaux.

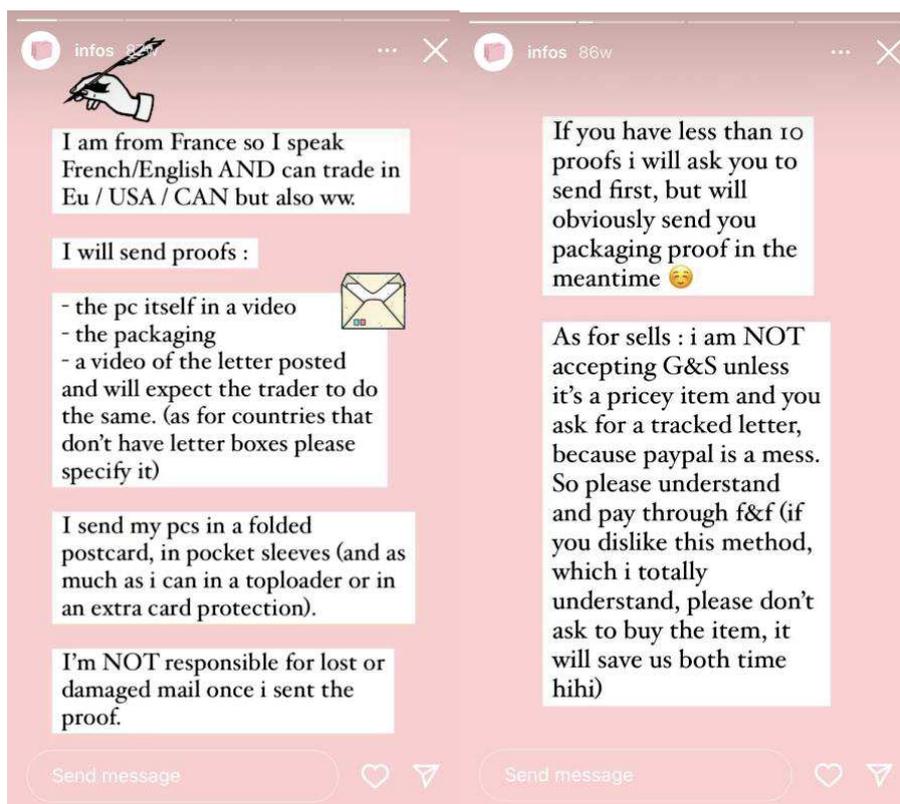


Screenshots de comptes Instagram *trades*, Septembre 2022.

Analysons deux exemples types de comptes *trades* ci dessus. Il y'a un username, qui soit signifie une appartenance à un fandom, comme c'est le cas de @dawonshouts , pour lequel « Dawon » est le nom d'un artiste du *boy group* SF9, soit signifie le type de compte comme @molotrade qui contient le terme « *trade* » donc « échange » en anglais. Si l'on descend quelque peu on se rend compte que la photo de profil est, tout comme celles du compte stan sur Twitter, un.e idol de Kpop, signifiant une nouvelle fois l'appartenance à un fandom spécifique, Dreamcatcher pour l'un et NCT pour l'autre. La biographie signifie ensuite en général le type de compte, les groupes collectionnés « nct, skz, dreamcatcher, twice + » (photo 1) et/ou un autre compte spécifique pour exposer sa collection : « *collection acc* » (photo 2). Les personnes indiquent également leur pays de provenance, notamment pour faciliter les échanges et les envois postaux, il est préférable de savoir dans quel pays il est possible, ou non, d'envoyer ses items. On peut déjà apercevoir les stories à la une épinglée mais aussi quelques publications spécifiques ici. Il est également d'usage d'indiquer ses pronoms dans la

biographie, au même titre que sur le compte stan Twitter, la présence de ceux-ci permet d'identifier la personne et de s'adresser correctement à elle dans un échange par message privé tout comme dans les notes envoyées dans les enveloppes et colis.

En descendant donc quelque peu dans le compte on observe des stories à la une qui sont réappropriées par les fans pour montrer différentes choses et communiquer sur celles-ci. Une des plus importantes étant la *story* des « infos », qui en général est la première chose sur laquelle l'utilisateur.ice est censé.e naviguer lorsqu'iel se rend sur un compte *trade* avec lequel iel souhaite communiquer et échanger. On lit par ailleurs souvent « *read info first* » (lire les infos d'abord) ou « *read info before dming* » (lire les infos avant d'envoyer un message privé) dans les biographies ou sur les publications d'items à vendre et échanger. De ce fait, les infos sont une *story* à la une indiquant les conditions générales de vente et d'échange proposées par le/la fan qui souhaite mettre ses items et services à profit.



Ici un exemple de ce qu'on peut retrouver dans la rubrique « infos » d'un compte *trade*, à savoir : les informations de base comme le pays d'origine et les langues parlées. De même, la personne explique son fonctionnement notamment les preuves qu'iel envoie par message (« *proofs*

») et qu'iel attendra en retour de la part de l'interlocuteur, à savoir la photocard ou l'item en question, le packaging et le postage de la lettre. Les infos contiennent également une sorte de

pacte de dédouanement en cas de perte et de mauvais état, à partir du moment où les preuves d'envoi ont bien été respectées. Cette petite phrase « I'm NOT responsible for lost or damaged mail » (traduit par « je ne suis pas responsable des pertes et dommages de lettres ») manifeste d'un contrat implicite entre l'émetteur et le récepteur de la lettre. En lisant les infos, le récepteur accepte un accord tacite avec l'émetteur en plus de donner sa pleine confiance et d'accepter les risques encourus par un tel échange. On se trouve face à un échange entre particuliers où les deux partis s'organisent dans une sorte de relation de don et de contre-don pour reprendre les termes de Marcel Mauss, dans lequel ces dons et contre-dons sont en réalité des *items* de merchandising.

## **B.2. Fonctionnalités Instagram réappropriées pour exposer les *items*, le *merchandising* et les *wishlists*.**

Le réseau social Instagram est alors réutilisé et réapproprié par les Kpop Stans qui en font de nouveaux usages. Ainsi le compte est un espace marchand entre particuliers qui font circuler des items de manière cachée. En effet, ces réseaux d'échanges ne sont pas particulièrement encouragés par les labels pour qui l'achat, revente n'est pas dans son système économique. La collection à l'aide du troc sur Instagram est alors une manière d'écrire et de dessiner de nouveaux usages. Ainsi les fonctionnalités de la publication mais aussi de la *story* sont utilisées à des fins commerciales entre particuliers.

Du coup j'ai un compte spécifique pour les échanges, je mets la photo de la *photocard*, si je vends je mets un prix mais généralement je laisse les gens faire leur proposition. Généralement je suis plus intéressée par les échanges, donc je mets le nom et je demande des photocards de mes *wishlists*, qui sont mis dans les stories épinglées. Je répète ma *wishlist* dans le post aussi, et généralement les gens échangent que certaines cartes, moi je dis juste les membres sur lesquels j'échange et selon les propositions j'accepte ou non.<sup>215</sup>

Comprenons alors comment les Kpop Stans collectionneur.euse.s utilisent ces fonctionnalités Instagram et à quoi elles servent dans ces pratiques en ligne :

- La publication : entre l'objet à échanger ou vendre et l'objet recherché

---

<sup>215</sup> Annexe 5, Entretien 4 : Akheane

La publication basique d'un compte trade est celle qui expose la *photocard* et/ou l'item à échanger, elle répond à des codes de présentation. La *photocard* doit être prise en photo d'assez proche de face, mais aussi de dos, accompagnée d'un post-it qui affiche l'*username @* de la personne qui publie. La présence de ce post-it garantit que l'item est bien en possession de ce compte là. Il peut y avoir une ou plusieurs photocards et item sur la même photo, et dans ce cas la légende indiquera les différences de disponibilité et de prix selon la place de l'item sur la photographie.

 **dawonshouts** ...



1/2

 **dawonshouts** ...



2/2






**dawonshouts** ✨ WTT // WTS ✨

 HAVE   
 - Stray Kids Oddinary unit pcs, Chan & Felix, Chan & I.N  


 WANT   
 - Changbin & Han unit  
 - Changbin & Felix unit  
 - 3.5€ shipped !!

Availability :  
 

Location : FRANCE  
 Shipping worldwide

[#straykidssale](#) [#straykidstrade](#) [#straykidstrades](#)  
[#straykidssales](#) [#straykidstrading](#) [#skzsell](#)  
[#skzselling](#) [#skztrade](#) [#skztrades](#) [#skztrading](#)








Pour illustrer notre propos voici un exemple de *photocards* du groupe Stray Kids mis à l'échange, on observe bien l'avant et l'arrière de la pc alors en bon état, ainsi que l'*username* de la personne qui met les *items* à l'échange.

Screens d'une publication de @dawonshouts, Septembre 2022

Aussi, la description de la publication se fait donc en anglais pour les raisons évoquées plus haut, tout en utilisant des abréviations typiques à cette économie de l'échange.

WTT est l'acronyme de « Want To Trade » (soit « désire échanger »)

WTS est l'acronyme de « Want To Sell » (soit « désire vendre »).

Un même item peut alors être proposé à la vente et à l'échange en même temps selon les envies et les collections. Nous aurions pu trouver « NFS » ou « NFT », respectivement « Not For Sale » (pas à vendre) ou « Not For Trade » (pas à échanger). La description contient alors généralement une partie « HAVE » (en ma possession) qui décrit les items exposés, ici des photocards de plusieurs membres de Stray Kids. Elle contient ensuite une partie « WANT » (ce que je veux) qui expose soit un item recherché particulier, soit un nom de *wishlist* soit un prix spécifique contenant l'envoi ou non. La disponibilité (sur la photo « *availability* ») des photocards sont alors précisés par un code de référence avec des émojis soit la flèche verte pour « disponible », le sablier pour « en attente » et la croix rouge pour « indisponible ».



Screen d'une publication de Julia, @hyckracha, Septembre 2022

Ici les *photocards* sont à échanger contre une somme monétaire, ou « *any wl* », *any wishlist*, soit signifiant n'importe quelle *wishlist* de la personne qui propose ses items.

De même, la première *photocard* est indisponible tandis que les deux autres le sont.



Liked by wayvtrades

hyckracha wts wtt

6€ each or any wl



- La « *story* à la une » épinglée : *wishlists* et membres collectionné.e.s

Les *wishlists* évoquées dans les descriptions de publications sont exposées dans les stories à la une des utilisateur.ices d'Instagram. En effet elles peuvent être regroupées par groupe, c'est à dire « *nct wl* », ou « *twice wl* » mais aussi par genres de groupes, soit « *girl group wl* » (souvent abrégé en « *gg wl* ») et « *boy group wl* », souvent abrégés en « *bg wl* ». A noter que le terme de *wishlist* est quasiment systématiquement abrégé à « *wl* ». Ces *wishlists* prennent alors la forme des *templates* déjà évoqués plus haut, mais cette fois-ci certaines *photocards* seront floutées de façon à signifier qu'elles sont déjà en possession du/de la fan. D'autres *photocards* peuvent être accompagnées d'émojis ou d'un petit mot selon les goûts de la personne pour signifier une priorité dans la recherche.



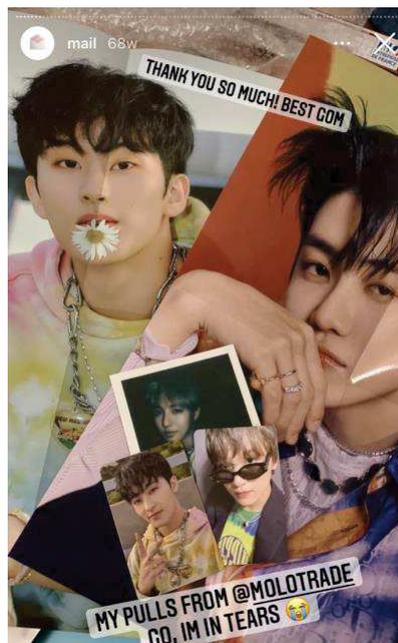
Ici on observe des *stories* à la une contenant une *wishlist* de *boy groups* et une *wishlist* de *girl group*.

Chaque vignette est personnalisée selon les goûts de l'utilisateur.ice.



Ici on observe des *stories* à la une contenant une *wishlist* « *dreamies* », pour signifier le groupe NCT Dream, et une *wishlist* newjeans, soit le groupe du même nom.

De même, chacun des deux comptes montrent une *story* à la une « *mail* » soit les *photocards* reçues par d'autres fans pour leur signifier avoir bien reçu l'item en question, mais aussi pour faire le compte sur sa collection et savoir ce que le/la fan a déjà reçu.



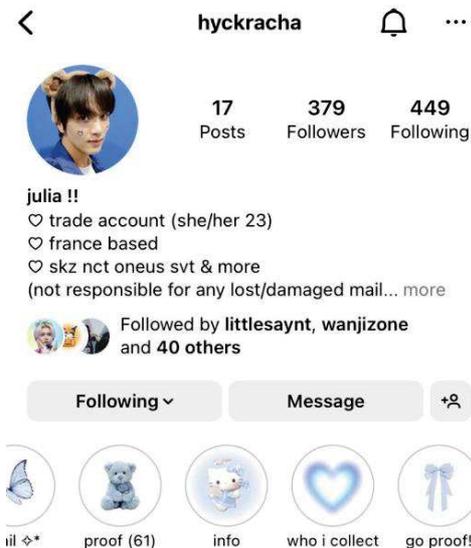
Exemples de contenus dans ces stories.

Image 1 : misc (miscellaneous)<sup>216</sup> bg wl, soit un ensemble de *photocards* de *boy groups* désirées, mais qui ne font pas partie du même groupe.

Une *photocard* est floutée quand une autre est notifiée « prio ».

Image 2 : exemple de « mail » reçu, ici des posters et des *photocards* de NCT Dream.

Existe aussi la *story* « who i collect » (traduit par « qui je collectionne ») pour que la/le fan puisse montrer aux autres qui iel souhaite collectionner et quelles sont ses priorités. Ainsi, les autres fans peuvent proposer des échanges ou ventes en connaissance de cause



Par exemple Julia met une *fancam* d'Haechan<sup>217</sup> dans la *story* « Who I collect ». Comme elle nous l'a signifié : « y'a ces deux là, Haechan et Taeil, [elle] les collectionne activement. »<sup>218</sup>

<sup>216</sup> « *Miscellaneous* », traduit par « divers » en français. Traduction libre.

<sup>217</sup> Membre de NCT, et plus précisément des sous-unités NCT 127 et NCT Dream

<sup>218</sup> Annexe 3, Entretien 2 : Julia.

### B.3 Le feed Instagram et l'économie du hashtag : les écrits d'écrans de l'échange

Instagram se trouve alors être un nouvel espace de socialisation féminine en ligne, mais cette fois au travers des objets qui représentent la personne derrière le profil. En effet, les objets de collections et les réseaux entretenus deviennent une extension de chacun qui navigue dans un microcosme économique et identitaire. Les objets sont une extension des fans, et ces objets sont disposés et exposés en ligne. Les publications Instagram sont référencées grâce à des hashtags présents dans la description ou dans les commentaires. Ce système permet à l'utilisateur d'aller directement à l'unité qui l'intéresse en passant par un signe passeur<sup>219</sup>. Sémiotiquement, le mot lié au hashtag apparaîtra en bleu et en gras sur Instagram, c'est à dire qu'il sera « hypertextualisé »<sup>220</sup>, il sera le signe passeur vers des liens hypertextes, des couches d'écriture numérique linéaires. Le signe passeur « # » est la matérialité même des liens hypertextes qui lui sont associés. Ainsi les réseaux sociaux sont le lieu privilégié de l'utilisation du hashtag comme signe passeur ouvrant à des catégories de contenu qui donneront des écrits d'écrans spécifiques. Ainsi la catégorie de contenus en question est l'ensemble des publications d'échange ou de vente. Les hashtags sont alors des écrits d'écrans sous forme de signes passeurs qui amènent l'utilisateur.ice vers ce qu'il recherche. Il est d'usage d'utiliser les hashtags par groupe et non pas généraux, ainsi on trouve des #ncttrade ou encore #straykidstrade déclinés selon les groupes.

Dans le milieu de l'échange des Kpop Stans se trouvent deux grandes catégories de hashtags, eux-mêmes décuplés en différentes variantes.

- Le hashtag *trade* : référence les *photocards* et *items* à échanger. La forme du hashtag peut être au pluriel ou au singulier mais aussi à la forme gérondif, toujours en anglais, pour un meilleur engagement. Il peut donc y avoir -trade, -trades, -trading mais aussi

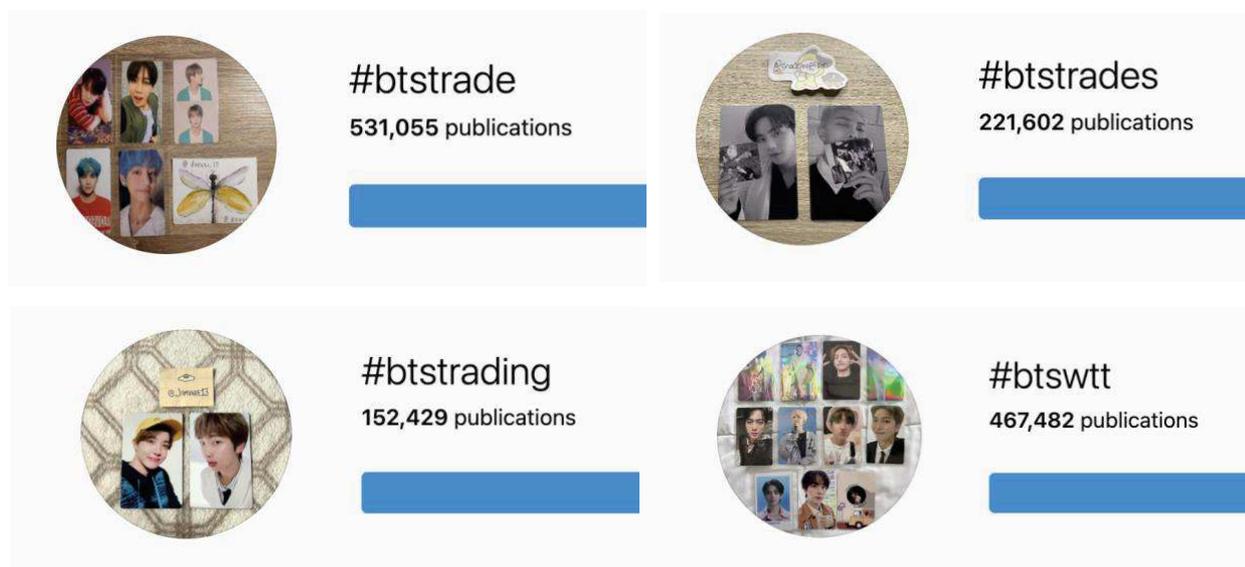
---

<sup>219</sup> Etienne Candé, Valérie Jeanne-Perrier, Emmanuel Souchier, (2012), « Petites formes, grands desseins : d'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures ». In DAVALLON, J., (dir.), *L'économie des écritures sur le web*. Paris : Hermès-Lavoisier, 165-201.

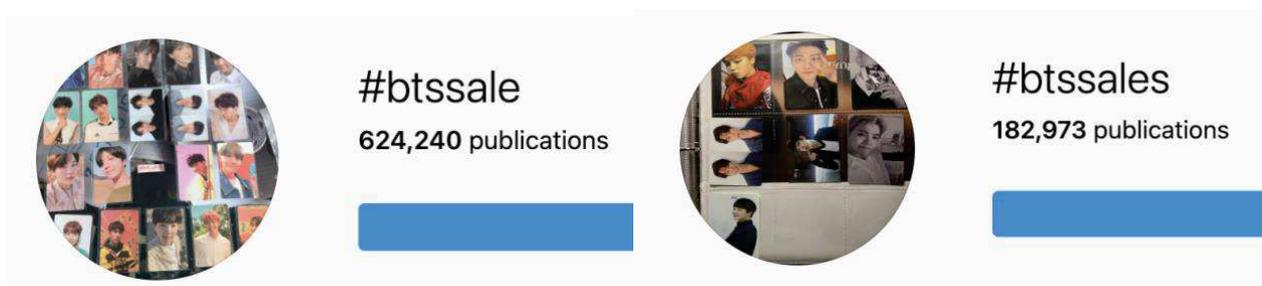
<sup>220</sup> Jean Davallon, Yves Jeanneret. La fausse évidence du lien hypertexte. In: *Communication et langages*, n°140, 2ème trimestre 2004. Dossier : Du « document numérique » au « textuel ». pp. 43-54.

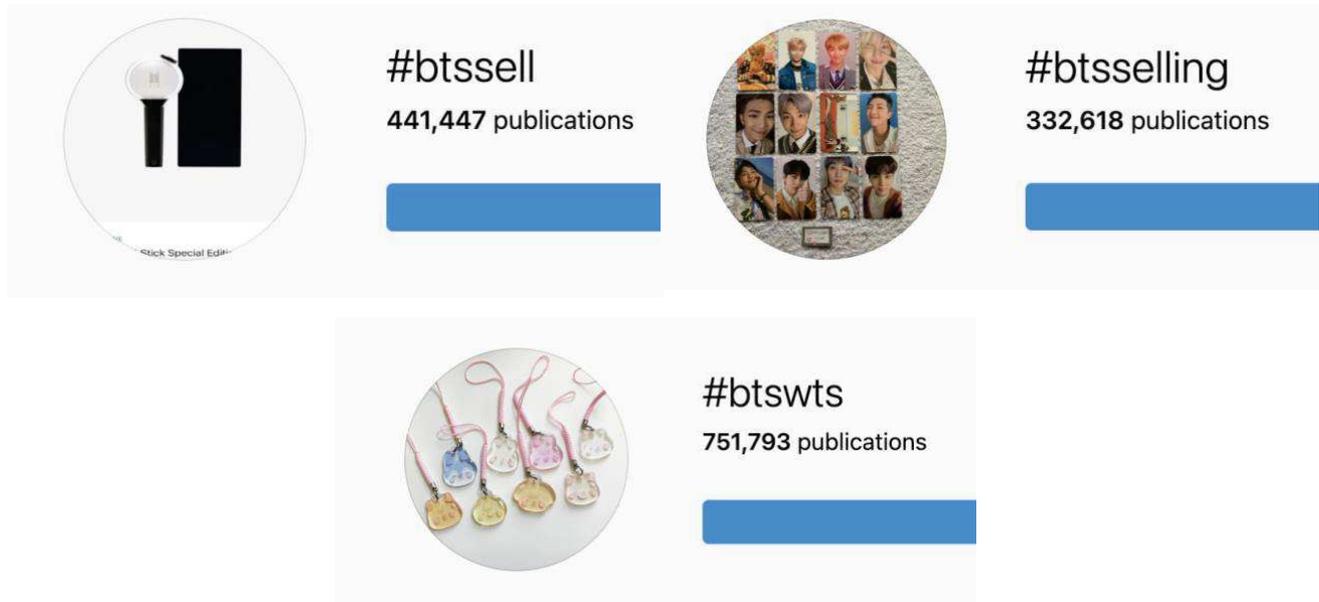
DOI : <https://doi.org/10.3406/colan.2004.3266>  
[www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2004\\_num\\_140\\_1\\_3266](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2004_num_140_1_3266)

la forme « WTT » vue précédemment. Si l'on combine toutes ces formes, on constate un nombre de publications particulièrement important. Par exemple, #btstrade compte près de 531.000 publications au 10 Octobre 2022, #btstrades 221.000, #btstrading 152.000, #btswtt 467.000 à cette même date.



- Le hashtag *sale* : référence les photocards et items à vendre. Tout comme l'échange, la forme du hashtag peut être au pluriel, comme au singulier, comme au gérondif. La particularité du mot anglais « *to sell* » est qu'il a différentes orthographes selon les formes grammaticales et peut donc s'abroger de -sale, -sales, -sell, -selling, tout en n'oubliant pas l'abréviation du « WTS ». Par exemple, #btssale compte près de 624.000 publications au 10 Octobre 2022, #btssales 182.000, #btssell 441.000, #btsselling 332.000 et #btswts 751.000 à la même date. Ici nous avons pris l'exemple d'un seul groupe, BTS, mais les hashtags se déclinent pour chacun des groupes existants.





Les fans naviguent alors dans les publications de ces hashtags pour y retrouver les photocards et objets de collection manquants à leurs wishlists. Ces écrits d'écrans sont alors des signes passeurs cliquables sur lesquelles les fans se rendent et cherchent activement des contenus. La pratique courante dans ce fil d'actualité est de scroller, ou faire défiler la page, sur ce hashtag dans l'espoir d'y trouver ce que l'on cherche.

## C. Le troc de *photocards* et *les group order*, une logique réticulaire de confiance et de méfiance

### C.1. La relation de confiance obligatoire : le système de proofs de A à Z

Les Kpop Stans s'échangent donc des photocards et des items via leurs comptes Instagram tout en cherchant leurs objets de wishlists dans les fils d'actualité des hashtags correspondants. Le troc se fait donc dans des cercles privés dans la mesure où une fois l'item trouvé, tout se déroule en messages privés entre les parties-prenantes. Chacun des deux individus se doit alors confiance mutuelle dans l'échange dans la mesure où aucun cadre légal n'encadre la transaction. Les conditions de l'échange se font alors une relation de confiance obligatoire dans les deux sens. Si l'un.e accepte d'envoyer son item, alors l'autre le fera

également. Ces conditions de confiance sont indiquées dans les « infos » des stories des fans, comme nous l'avons vu plus haut. Ainsi se met en place entre les fans un système de preuves (qu'on appelle « *proofs* » en anglais) du début à la fin de la transaction. L'échange se fait en plusieurs étapes :

- Un.e fan trouve un objet de sa wishlist et désire l'échanger ou l'acheter
- Cette personne envoie un message privé à celle qui a posté, en indiquant la nature de sa requête, soit un achat soit un échange, en disant précisément quelle photocard est désirée. S'il s'agit d'un échange, il s'agit d'envoyer une photo et vidéo de la photocard contre laquelle on souhaite l'échanger, en général après avoir vérifié la wishlist du destinataire et donc en lui proposant un item de cette wishlist.
- La personne répond positivement (ou négativement) et envoie également une photo et vidéo de la photocard voulue. Ces vidéos doivent se faire avec le flash ou sous une lumière de manière à voir les potentiels défauts et rayures sur l'objet et ainsi de prouver l'état correct. En général il y'a également un post-it avec *l'username* de la personne ayant l'objet en sa possession pour bien prouver qu'il lui appartient, de la même manière, on peut ajouter *l'username* de la personne destinataire, ainsi que la date pour prouver davantage l'authenticité de l'objet.
- Les deux personnes arrangent ainsi un troc validé des deux côtés et peuvent procéder à la préparation des envois en s'échangeant les adresses postales.
- Elles envoient une preuve du packaging de l'item en mettant une photo de l'enveloppe avec l'adresse de l'autre ainsi que la photocard à côté. C'est alors une nouvelle preuve d'authenticité d'envoi en vérifiant à la fois l'adresse de l'autre, tout en prouvant que l'on prépare l'item.
- Une fois chacune des adresses validées et une date d'envoi fixée, les deux parties envoient une vidéo de la lettre déposée dans la boîte aux lettres ou dans un office postal, selon le pays.
- Une fois la *photocard* ou l'item reçu, le récepteur doit poster une photo dans sa story avec le tag de l'émetteur pour prouver avoir bien reçu l'objet. De cette manière, la personne peut reposter la story dans sa propre story à la une « *proofs* ».

Ainsi chacune des étapes de l'envoi et du troc sont vérifiées et calculées de manière à ce que l'autre soit en confiance. Tout doit être écrit, envoyé et prouvé pour que l'échange se passe correctement. Pour pouvoir faire confiance à une personne, certains fans vont par ailleurs privilégier l'échange avec d'autres fans ayant un minimum de « *proofs* » dans leurs stories à la une pour être sur.e de l'interlocuteur.ice. Si quelqu'un n'a pas ou trop peu de proofs, on propose en général d'envoyer la *photocard* après cette personne.

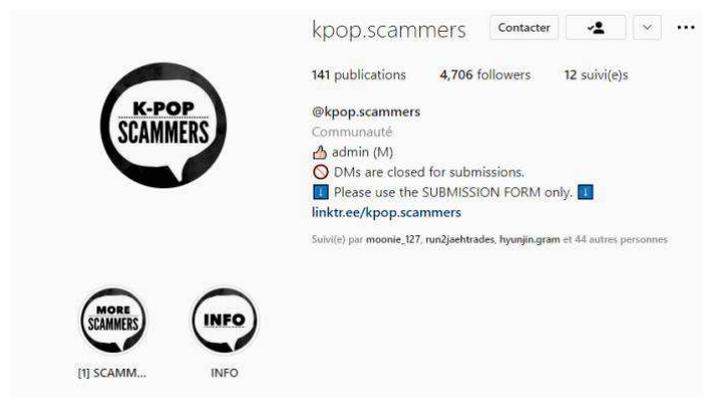


La story « *proof* (61) » révèle ici que la fan a soixante et une preuves d'envoi de photocards dans cette *story* là et donc qu'elle est quelqu'un de confiance. Toutes les photos dans cette *story* spécifique sont donc des photos prises par ses interlocuteur.ices ayant reçu ses items. Ces mêmes photos qui sont dans les stories « *mail* » des un.e.s sont alors respectées dans les stories « *proofs* » des autres de l'autre côté de la transaction.



Les preuves de reçu sont bien repostées dans les stories des fans de cette manière là, après avoir été tagué. Comme on peut l'observer sur la photo ci-dessus, l'image initiale du récepteur est imbriquée dans l'image postée de l'émetteur qui rajoute alors un texte « *proof* » pour énoncer le type de story. Les preuves sont alors présentes en amont comme en aval de la transaction qui est surveillée des deux côtés. La relation de confiance se crée ainsi entre les parties prenantes qui font leurs propres règles. Si ces règles ne sont pas respectées et que la personne n'envoie jamais son item en retour, s'ensuit un tribunal numérique, soit la « chasse aux *scammers* ». Les *scammers* sont des personnes qui trompent les autres fans collectionneurs en faisant croire à des preuves ou en proposant de faux échanges. Souvent, ces *scammers* sont reconnus, vus et dénoncés par la communauté à l'aide de stories à la une souvent dénommées « *scammers* » qui mettent en avant les usernames, les noms et les paypals des personnes trompeuses.

Il existe même certains comptes Instagram créés uniquement pour dénoncer les *scammers* de la communauté de l'échange numérique, comme on peut le voir ici.

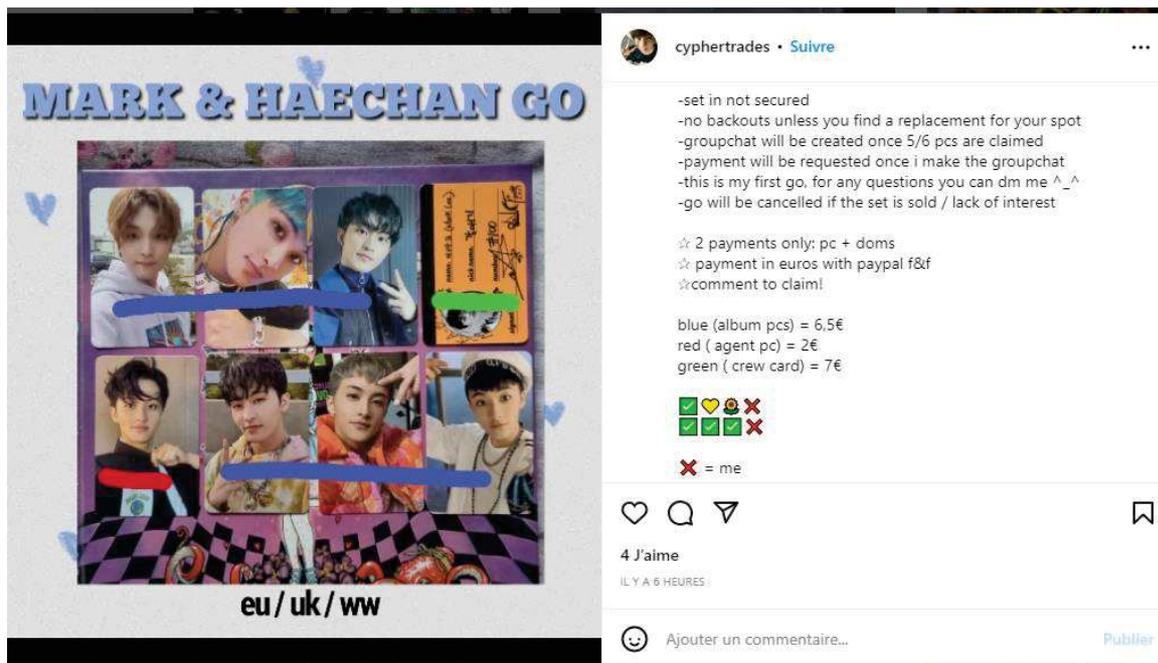


Les preuves et la relation de confiance s'opère sur le long de la transaction et les règles sont importantes pour la communauté de Kpop Stans qui maintient un ordre et un système d'échange rôdé avec ses propres utilisations d'Instagram.

## C.2. Des pratiques économiques groupées avec des enjeux : les *group orders*

Les Kpop Stans s'organisent également en ligne via leurs comptes trades en opérant des pratiques économiques groupées. En effet, quand certains items et photocards, ou même des albums sont disponibles à l'achat en grande quantité sur d'autres sites de reventes coréens ou japonais, mais aussi sur des proxys, certain.e.s fans organisent des commandes groupées.

Ces commandes groupées, traduites en « *group orders* » sont un moyen pour les Kpop Stans d'avoir des items à un prix plus avantageux, mais aussi de pouvoir avoir la *photocard* et les inclusions de son choix quand celà le permet. Akheane nous dit elle-même : « je m'inscris sur des *GO*, donc des *Group Order* (commandes groupées) sur Instagram ce qui fait que c'est moins cher. » Le système marchand est reconnu par les fans qui savent que ce réseau social est un tremplin pour acheter, collectionner et s'aider dans les collections. Lors des commandes groupées d'album, les organisateur.ices de *group order*, appelé.e.s des *group order managers*, peuvent les ouvrir pour faire une redistribution des items à l'intérieur selon les membres. Les participant.e.s font alors leur liste de membres voulus par ordre de priorité, qu'iels reçoivent ou non selon les chances de la commande. La commande groupée est alors une preuve concrète de l'organisation des Kpop Stans qui s'entraident dans leur collection tout en s'organisant en interne dans la communauté. Il existe alors toute une micro-économie sous-jacente sur Instagram sur le *merchandising* de Kpop et la collection. Les fans choisissent alors de faire confiance à un.e individu en ligne pour ses propres objets et sa propre collection parce qu'il y'a un intérêt personnel derrière. En organisant des *group orders* et en échangeant par messages, les fans se créent des réseaux d'entraide et parfois même d'amis dans la mesure où au sein des fandoms, chacun se retrouvent souvent à côtoyer plusieurs fois les mêmes individus qui participent également aux mêmes commandes groupées, souvent des groupes qu'iels stannent. Outre la commande groupée par album, la commande groupée de photocards se fait également. Un grand lot de photocards est vendu, et une personne va se charger d'acheter tout le lot pour le redistribuer par personne. Dans cette commande groupée, s'organise alors toute une économie dans la mesure où les participant.e.s payent leur photocard mais partagent également les frais d'envoi et frais de douane. Le mode d'achat et de paiement principal est paypal, la personne organisant la commande groupée donne donc son paypal aux autres fans qui doivent envoyer la somme voulue en un temps imparti.



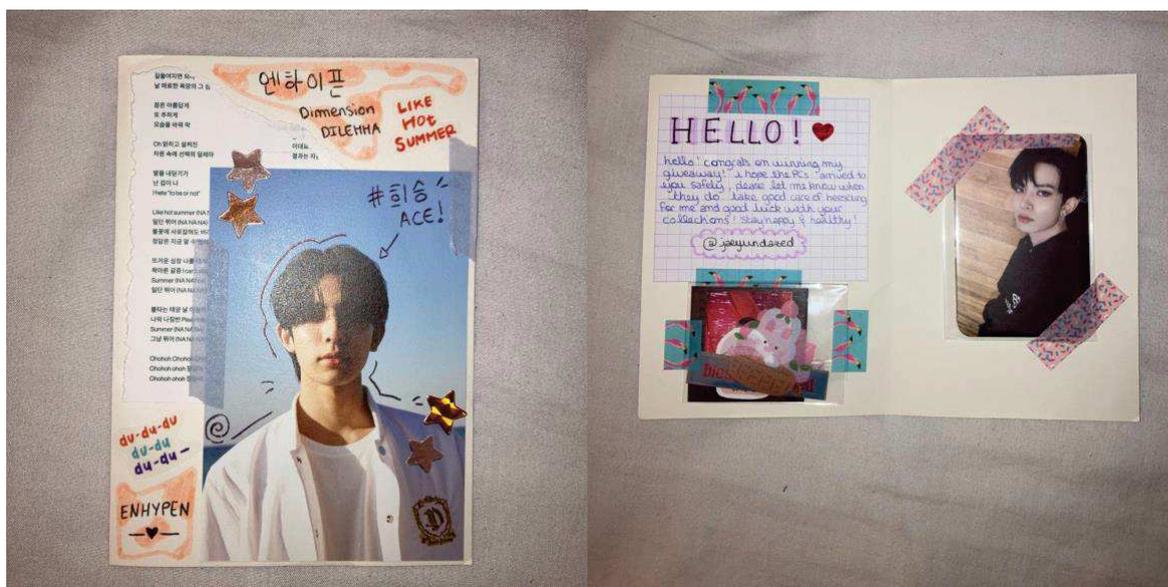
Capture d'écran de la dernière publication sur le hashtag #NCTGO le 20 Octobre 2022, à 17h56.

Ici on peut observer une commande groupée pour Mark et Haechan de NCT, organisée par une personne qui accepte les envois en Europe, au Royaume-Uni mais aussi dans le monde; « eu » signifiant « europe », « uk » pour « United Kingdom » et « ww » pour *Worldwide*, le monde. La personne signifie également que le set n'est pas encore acheté dans la mesure où c'est un achat qu'il fait sur un autre site ou à une tierce personne, « *set not secured* » (traduit par « le set n'est pas encore acheté »). La personne signifie donc son organisation dans la description en plus des règles à respecter, c'est à dire qu'une fois une photocard demandée, il n'est pas possible de se retirer de la commande, sauf si l'on trouve remplacement, que les paiements seront demandés dès le set acheté, et qu'un group chat sera créé à l'issue de l'achat du set, pour tenir les participant.e.s informé.e.s. On retrouve également les codes de disponibilité comme le coche vert et la croix rouge déjà rencontrés auparavant. La devise et le mode de paiement, soit en euro via paypal est également signifié afin que chaque détail soit anticipé. Le *group order* est alors une autre forme de transaction possible entre les Kpop Stans qui s'arrangent les un.e.s avec les autres dans des transactions régulées.

### C.3. De l'économie numérique à l'envoi physique

Les échanges se pratiquent donc sur Instagram dans des communautés en ligne dont les modalités sont auto-régulées. On comprend que se joue des dynamiques économiques numériques entre les fans qui écrivent leurs transactions au travers de leurs comptes Instagram et des messages privés échangés. Toutefois, de ces débuts de transactions numériques découlent un réel envoi marchand et de troc qui se matérialise. La collection est donc bel et bien à la jonction de dynamiques numériques et physiques puisque de vrais items sont envoyés. Les photocards sont alors envoyées dans des enveloppes et doivent également être emballées d'une certaine manière. Ainsi les règles internes à la communauté se poursuivent jusqu'à la dimension matérielle de l'échange de *merchandising*. En effet les fans se réapproprient les objets vendus par l'industrie pour en créer des collections personnelles, entretenues par des réseaux numériques mais qui pourtant dépassent ces simples réseaux numériques.

La photocard est généralement envoyée avec différents éléments pour « pack », soit une carte postale pliable, du *washitape*, soit une bande adhésive douce et souvent décorée qu'on retrouve dans l'univers de la papeterie, mais aussi des *sleeves* et des *toploaders*. Les *sleeves* sont des protections transparentes fluides de la taille de la photocard dans lesquelles elles sont protégées; ces *sleeves* sont elles-mêmes insérées dans une petite protection plus rigide transparente qu'on appelle un *toploader*.



Voici l'exemple d'une carte postale pliée décorée à l'aide de photographies et de papèterie sous forme de collage. Les items sont alors souvent envoyés dans des packagings décorés et pensés à l'image des groupes collectionnés. Ici il s'agit d'une carte postale décorée à l'effigie de Heeseung, membre du groupe Enhypen. On peut remarquer des autocollants, mais aussi le *washitape* protégeant les photocards. La configuration reste souvent la même : D'un côté une petite note avec quelques mots de remerciement ainsi que l'*username* de la personne émettrice de l'envoi, qui se sert alors de ce post-it comme preuve d'envoi; de l'autre côté la ou les photocards protégées dans des sleeves et toppers. Chaque élément de la carte est alors accroché avec du *washitape* pour éviter tout dommage, mais aussi pour conserver et ré-utiliser la carte postale qui est intacte. La communauté trade, *trading community*, accord par ailleurs un point d'honneur à recycler les objets de papèterie, il est donc d'usage d'abîmer le moins possible les cartes postales comme les *sleeves* et *toploaders* qui sont ré-utilisés par d'autres fans pour de futures ventes et échanges.



Cette pratique se retrouve peu importe le groupe collectionné, ici d'autres exemples en témoignent comme Stray Kids à gauche, avec cette photocard de Changbin, ou Twice à droite avec une photocard de Mina. On retrouve la petite note accrochée au *washitape*, et la *photocard*

dans un toplayer, cette petite protection rigide et transparente. Une autre pratique est courante dans la *trading community*, qu'on peut apercevoir ici, est l'ajout de *goodies* en plus, des photocards non officielles comme des autocollants ou de la papeterie, qu'on appelle des « *freebies* », soit des *goodies* gratuits. En effet le concept de gratuité (« *free* ») et de *goodies* se trouve dans ces quelques objets offerts en plus par la personne qui envoie la lettre. Ainsi, il existe un rapport de proximité mais aussi de réciprocité entre les fans qui envoient mais reçoivent en retour. Le concept des *freebies* est connu de toutes et tous, et c'est à la liberté de chacun.e d'en envoyer. C'est alors un cadeau en plus, mais qui n'est pas systématique, bien que cette pratique se constitue de plus en plus en une norme sociale informelle entre les Kpop Stans qui envoient des *freebies* et prennent l'habitude d'en attendre en retour. Le troc se fait alors à différentes échelles dans la mesure où non seulement la photocard ou l'item officiel est échangé, mais également les éléments de *packaging* et les petits cadeaux en plus. L'expérience de l'échange est alors décuplée dans toutes ces attentions et ces modes de fonctionnement qu'on rapproche de la papeterie, de la correspondance et des travaux manuels. En effet, on retrouve ici une autre pratique intimiste de jeunes adolescent.e.s ou adultes qui pratiquent le troc, l'échange et la préparation de lettres comme hobby et comme passe temps créatif.

Notre troisième hypothèse se valide par l'observation des pratiques sur Instagram qui révèlent un système réticulaire auto-régulé et entretenu par des fandoms qui utilisent le merchandising comme des objets de collection, ou des objets qui signifient leur identité. En effet, collectionner un certain groupe et certains membres signifient et représentent leur appartenance à des fandoms et leur appartenance à des communautés de fans de manière plus large. Les dispositifs numériques permis par Instagram révèlent comment les fans s'écrivent et se fabriquent non seulement des profils personnels mais aussi des profils économiques. La collection est rendue possible par le numérique, et le numérique permet aux fans de s'associer aux objets qu'ils collectionnent dans la mesure où ce sont les éléments principaux que l'on retrouve sur leur carte d'identité en ligne qu'est le compte *trade*.

## CONCLUSION

Je me suis alors interrogée sur le rapport entre industrie musicale de la Kpop et les pratiques de ses fans en essayant de comprendre comment fonctionnaient les communautés et comment chaque individu se perçoit et se comporte dans cet écosystème. Je cherchais alors à mettre en lumière l'univers et les modes de socialisation des *fandoms* qui possèdent leurs propres règles et propres systèmes internes, particulièrement présents en ligne.

Dans un premier temps, il s'agissait de comprendre ce qu'était la Kpop et quels étaient les contours que l'on pouvait dessiner. En effet, nous avons observé une industrie sud-coréenne spécifique avec des rouages qu'il était nécessaire d'expliquer en amont, pour comprendre les liens avec les fans. S'il s'agit à l'origine d'un *soft power* implémenté par les instances diplomatiques, c'est aussi un univers qui trouve son succès auprès des fans internationaux pour différentes raisons. Il s'agit effectivement d'un modèle artistique qui implique les fans, de la création des groupes à la marchandisation des produits musicaux circulants. Mes observations m'ont amenée à considérer la Kpop comme une industrie culturelle qui non seulement s'appuie sur les fandoms pour créer des groupes, créer des objets à collectionner et créer du contenu, mais qui cherche également à enrôler leurs subjectivités à l'aide de différents moyens. Les fans sont impliqués émotionnellement dans la mesure où les artistes et les agences entretiennent une relation transactionnelle privilégiée, grâce à la figure de *l'idol* et du *bias*. La Kpop joue alors sur les biais émotionnels des fans qui, collectivement, s'attachent à des personnalités sur lesquelles il est possible de cristalliser. J'en suis arrivée à considérer la Kpop comme un milieu qui existe par et pour les fans et qui les pousse à s'organiser en groupes unifiés, de la création du nom à la création d'espaces de sociabilité.

Après avoir compris et exposé les tenants de la Kpop et le rapport que les acteurs de cette industrie peuvent entretenir avec les fans, il m'a paru important d'aller observer directement ces fans et comment ils fonctionnaient et s'écrivaient. Au delà du fonctionnement général de cette industrie culturelle, il est au coeur de mon travail de recherche de comprendre les pratiques des Kpop Stans. C'est ainsi que les entretiens et observations diverses nous éclairent, il existe un grand berceau de socialisation autour de ce centre d'intérêt : les réseaux sociaux, et

plus particulièrement le Stan Twitter. Par opposition au *local twitter*, le Stan Twitter est reconnu par les fans de Kpop comme leur monde, leur lieu de discussion et d'expression personnel. Coexistent alors des milliers de comptes fans qui correspondent à des profils Twitter très codifiés, de l'agencement aux photographies, aux contenus publiés. Les Kpop Stans se reconnaissent et interagissent grâce à différents signes observables et différentes manières de parler ou d'écrire. Les Kpop Stans se réapproprient alors à la fois les produits culturels de la Kpop ET les dispositifs numériques des réseaux sociaux pour construire et fabriquer leur identité. Le profil, la biographie, les *spaces*, les messages privés sont autant de fonctionnalités dont les codes sont dérobés et réutilisés par les Kpop Stans. On observe également une surreprésentation féminine dans ces milieux, assumée et décrite par les fans lors des entretiens. La présence majoritaire de femmes implique et permet certaines pratiques alors impensables hors de ces espaces. Les pratiques des fans en ligne se manifestent au travers de la création d'un profil Twitter, qui se trouve être une extension de soi en tant que fan. Il permet de se retrouver au sein de *fandoms*, de discuter, blaguer et créer du contenu autour d'un centre d'intérêt commun qui ne trouve sa place nulle part ailleurs qu'en ligne. Entre pratique d'épanchement intime, création de lien, création de micro-cercles de sociabilité et réactions collectives, le Stan Twitter fonctionne comme une petite société de fans. Les Kpop Stans sont alors des entités numériques de fangirls (et en moindre mesure de fanboys) entretenues par l'abondance des contenus proposés par l'industrie culturelle, qu'ils soient musicaux, audiovisuels, ou physiques. Les fans parlent Kpop, échangent Kpop et deviennent ami.e.s initialement au travers de la Kpop. Leur fabrique de soi en ligne est alors un pan important, si ce n'est le pan principal de leurs pratiques de fans.

Enfin, en découvrant les rouages du Stan Twitter, une autre dimension numérique a été soulevée et les fans ont évoqué une autre manière d'exister en ligne : celle de la collection et de la réappropriation du *merchandising* officiel. Les albums de Kpop se trouvent être des objets particuliers puisqu'ils contiennent des items de collections, plus ou moins rares qui sont exposés, recherchés, échangés et monnayés en ligne. Les fans s'associent et se représentent au travers des objets qu'ils collectionnent et la micro économie qu'ils mettent en place. Les individus mettent alors en scène leurs objets et leurs items sur des comptes Instagram, à l'aide de publications, de hashtags mais aussi et surtout de la disposition de leurs profils. Les photos, les stories à la une, la biographie et les messages privés sont autant d'éléments qui servent à se

fabriquer une identité de collectionneur, une identité de fan et une identité marchande. L'objet album de Kpop ou encore l'objet Photocard est alors constitutif de la/du fan qui existe et rayonne grâce à eux. La photocard est un élément de différenciation et de reconnaissance au sein du groupe, en posséder, en montrer fait partie du jeu de rôle de la /du Kpop Stan actif.ve. La collection personnelle est alors une fierté, un hobby, un élément de différenciation qui est à la fois permis grâce aux échanges en ligne et exposé comme une vitrine de soi sur des comptes et profils personnalisés. L'organisation des échanges, les activités de troc de photocards dans son ensemble sont la manifestation même de la fabrique de soi et de son espace intime de fan, qui ne se contente pas ou plus de coller des posters seul.e dans sa chambre, mais qui interagit, écrit et développe son récit personnel. On comprend que l'objet symbolique prend une place importante dans la représentation (numérique) de soi.

Les hypothèses ont alors été validées et précisées grâce aux entretiens menées avec les différents *stans* qui ont porté un regard critique sur leurs pratiques et leurs comportements en ligne, toutefois ce n'est qu'un échantillon restreint des fandoms de Kpop. En effet, les fans en question viennent de France et il est évident que la portée internationale des pratiques de Kpop Stans n'est pas négligeable, comme on peut le voir avec les anglicismes constants sur Twitter comme sur Instagram. J'ai pourtant préféré restreindre l'étude à la France, par souci méthodologique mais aussi par souci de moyens, puisque parler des fans internationales relève d'un exercice plus complet et plus approfondi, que ne permet pas encore l'exercice du mémoire. Comparer les comportements de fans en France avec ceux de l'international aurait été particulièrement parlant dans la mesure où les codes sociétaux et les normes sont différents d'un pays à l'autre, comme le manifeste les groupes populaires qui diffèrent d'un endroit à l'autre. Certains groupes sont plus évoqués et populaires en France, comme le démontrent les noms évoqués lors des entretiens, qui ne sont, eux aussi, qu'un échantillon des artistes actifs sur le marché de la Kpop.

Une autre difficulté méthodologique que j'ai rencontré lors de ce mémoire est l'abondance de thématiques d'études que j'ai dû mobiliser et croiser pour élaborer mon propos. Entre les industries culturelles, les spécificités de la musique, les études de fans, les études de genre mais aussi les études d'écriture de soi en ligne, il a été compliqué d'organiser et structurer le propos en un temps donné. Trouver l'équilibre entre ces différents champs d'étude a été un exercice

particulièrement périlleux, en plus de trouver l'équilibre entre la distance et l'engagement, dont parle Norbert Elias. Le fait d'être passionnée par mon sujet a posé des questions épistémologiques épineuses puisque je voulais mettre en lumière des pratiques sociales et essayer de produire du contenu intelligible. L'enjeu était alors de rendre visibles les pratiques de fans dans un mémoire en sciences de l'information et de la communication.

Les entretiens que j'ai pu mener ont été très prolifiques dans la mesure où ce furent de longues discussions à propos de la Kpop, des fans, des ressentis et trajectoires de chacun. La synthétisation du propos a été un exercice également difficile tant la matière recueillie était riche et dense et pourrait faire l'objet de plusieurs mémoires. C'est pourquoi plusieurs autres pistes de recherche sont envisageables, à la fois sur la portée et les territoires d'études choisis, et à la fois sur les autres champs d'action des Kpop Stans. On peut prolonger les pratiques en ligne à la production audiovisuelle qu'on retrouve sur Youtube ou sur des plateformes de vidéos, exposant ainsi d'autant plus les collections intimes et objets symboliques présents dans la Kpop. Les fans de Kpop à l'international se dotent également de leurs personnalités du net connues, de leurs de Youtubeur.euse.s iconiques, comme on a pu l'apercevoir rapidement lors de l'évocation des collections. Si Instagram et Twitter sont les réseaux de prédilection pour l'écriture individuelle de soi, Youtube permet un partage décuplé de sa collection et de ses manières de faire, de ses manières d'être fan. Outre la collection et l'expansion de soi en ligne, qui ne sont qu'une partie des pratiques, on pourrait étudier plus en détail la production artistique des fans qui écrivent des fanfictions ou font des *edits* (montages vidéo), à l'image d'autres *fandoms* avant eux. On pourrait alors étudier la *fanfiction* ou *l'edit* Kpop de manière transversale puisque ces pratiques trouvent leur place sur une multitude de canaux, au-delà des réseaux sociaux.

# Bibliographie

## ● Kpop et culture sud-coréenne

### Ouvrages et chapitres d'ouvrages

JIN Dalyong, YOON Kyong, MIN Wonjung, *Transnational Hallyu, The Globalization of Korean Digital and Popular Culture*, Chapitre 1. « Emerging New Wave: Transnational Hallyu », Rowman & Littlefield Publishers / Rowman & Littlefield International, Mai 2021.

### Articles universitaires

BIDET Eric, « La construction du « soft power » : l'exemple de la Corée du Sud », *CERISCOPE Puissance*, 2013, [en ligne], consulté le 14 Septembre 2022, URL : <http://ceriscope.sciences-po.fr/puissance/content/part2/la-construction-du-soft-power-l-exemple-de-la-coree-du-sud>

### Articles de revues

DAYEZ-BURGEON Pascal, « La Corée, la nouvelle puissance Pacifique ? », *La Revue Hermès*, (n° 65), p. 82-83, Janvier 2013, <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2013-1-page-82.htm>

HYUN Jeong Im, « Mon prince charmant parle coréen : les fans de K-Pop en France et Lituanie », *Sociétés*, (n° 122), p. 85-94, 2013/4, DOI : 10.3917/soc.122.0085. URL : <https://www.cairn.info/revue-societes-2013-4-page-85.htm>

### Articles de presse en ligne

HONG Seok-Kyeong, « For new cultural policy for hallyu », *The Korea Times*, Mai 2022. [https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2022/05/398\\_329724.html](https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2022/05/398_329724.html)

## Mémoires

LE MIERE Marion , « Twitter, terrain d'expression d'un militantisme politique des communautés de fans de K-pop, ARMY et le mouvement Black Lives Matter en juin 2020 », mémoire sous la dir. de Pauline Brouard et de Laurène Renaut, université CELSA Paris-Sorbonne, Novembre 2021.

## Sites web

Agence de presse Yonhap, <https://fr.yna.co.kr/view/PYH20110502009900884>

I-LAND, Rakuten Viki, <https://www.viki.com/tv/37234c-i-land?locale=fr>

Kpop Profiles, <https://kprofiles.com>

Mnet Asian Music Awards, les gagnants 2021,  
<https://www.mwave.me/en/mama/history/2021/winner/170>

HYBE Labels, <https://www.hybecorp.com/eng/main>

SM Entertainment, <https://www.smentertainment.com/>

SM Entertainment, fiches artistes,

- EXO, <https://www.smtown.com/artist/musician/86>
- NCT, <https://www.smtown.com/artist/musician/10024>
- Aespa, <https://www.smtown.com/artist/musician/10766>

JYP Entertainment, <https://www.jype.com/>

YG Entertainment, <https://www.ygfamily.com/>

## Vidéos

BTS (방탄소년단) '불타오르네 (FIRE)' Official MV,  
<https://www.youtube.com/watch?v=4ujQOR2DMFM>

[FULL] VICTORY ep.9 NCT #보고시퍼 (127, U, DREAM 멤버들 총출동!)

<https://www.vlive.tv/post/1-18276310>

Stray Kids « DOMINO » Dance Practice Video,

<https://www.youtube.com/watch?v=Uo15XCE8RY4>

## ● Industries culturelles

### Ouvrages

ADORNO Theodor W, HORKHEIMER Max, *La Dialectique de la Raison* [1947], Paris, Tel Gallimard, 1983.

DE CERTEAU Michel, *L'invention du quotidien vol.1. Arts de faire*, Gallimard, 1990

MATTELART Armand, *La communication-monde, Histoire des idées et des stratégies* [1991], Paris, La Découverte Poche, 1999.

### Articles de revues universitaires

LACROIX, Jean-Guy, « Pour une théorie des industries culturelles. » *Cahiers de recherche sociologique*, volume 4, numéro 2, p. 5–18, automne 1986. <https://doi.org/10.7202/1002001ar>

MIEGE Bernard, Les industriels de la culture et de l'information à l'ère des nouveaux médias et des réseaux de diffusion. In: *Sociologie de la communication*, volume 1, n°1, *Sociologie de la communication*. pp. 73-96, 1997.

[www.persee.fr/doc/reso\\_004357302\\_1997\\_mon\\_1\\_1\\_3833](http://www.persee.fr/doc/reso_004357302_1997_mon_1_1_3833)

PARIS Thomas, « Des industries culturelles aux industries créatives : un changement de paradigme salutaire ? », *tic&société* [En ligne], Vol. 4, n° 2, 2010, mis en ligne le 27 mai

2019. URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/871> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.871>

VOIROL Olivier, « Retour sur l'industrie culturelle », *Réseaux*, (n° 166), p. 125-157, 2011/12, DOI : 10.3917/res.166.0125. URL : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2011-2-page-125.htm>

- **Pratiques numériques**

### **Ouvrages et chapitres d'ouvrages**

CANDEL Etienne, JEANNE-PERRIER Valérie, SOUCHIER Emmanuel, « Petites formes, grands desseins : d'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures ». In DAVALLON, J., (dir.), *L'économie des écritures sur le web*. Paris : Hermès-Lavoisier, 165-201, 2012.

JEANNERET, Yves. *Chapitre 4. L'écrit d'écran : lire, écrire et un peu davantage* In : *Y-a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ? Nouvelle édition revue et corrigée* [en ligne]. Villeneuve d'Ascq : Presses universitaires du Septentrion, 2011 . Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/septentrion/13906>>. ISBN : 9782757419106. DOI : <https://doi.org/10.4000/books.septentrion.13906>.

SOUCHIER Emmanuël, CANDEL Étienne, MEJIA-GOMEZ Gustavo, avec la collab. de JEANNE-PERRIER Valérie, *Le Numérique comme écriture. Théories et méthodes d'analyse*, Paris, A. Colin, coll. Codex, 2019.

### **Articles universitaires**

DAVALLON Jean, JEANNERET Yves. « La fausse évidence du lien hypertexte ». In: *Communication et langages*, n°140, Dossier : Du « document numérique» au « textuel». pp. 43-54, 2ème trimestre 2004

DOI : <https://doi.org/10.3406/colan.2004.3266>

URL : [www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2004\\_num\\_140\\_1\\_3266](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2004_num_140_1_3266)

JAJAH Marc, « L'écriture de soi "en ligne" : une pratique automédiale », blog en ligne *Marc Jahjah, Cultures numériques, écriture(s) et cie*, publié le 4 janvier 2020, consulté le 18 Août 2022

URL : <http://marcjahjah.net/3743-lecriture-de-soi-en-ligne-une-pratique-automediale>

JEANNERET Yves, Y-a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ? Nouvelle édition revue et corrigée. Villeneuve d'Ascq : Presses universitaires du Septentrion, 2011. Web. <<http://books.openedition.org/septentrion/13894>>.

- **Fans**

### Ouvrages

BOURDAA Mélanie, ALESSANDRIN Arnaud, *Fans & gender studies: introduction*. Mélanie Bourdaa; Arnaud Alessandrin (dir.), Térdère, Passage aux actes, p.17, 2017.

HILLS Matthew, *Fan cultures*. Londres, Routledge, 2002.

### Articles universitaires

BOURDAA Mélanie, « Les fans, ces publics si spécifiques. Définition et méthodologie pour le chercheur », *Belphegor* [En ligne], 17 | 2019, mis en ligne le 18 avril 2019, consulté le 10 août 2022. URL : <http://journals.openedition.org/belphegor/1701> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/belphegor.1701>

HEIN Fabien, « Le fan comme travailleur : les activités méconnues d'un coproducteur dévoué », *Sociologie du travail* [En ligne], Vol. 53 - n° 1 | Janvier-Mars 2011, mis en ligne le 15 novembre 2018, consulté le 7 septembre 2022. URL :

<http://journals.openedition.org/sdt/6558> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/sdt.6558>

LE BART Christian, « Stratégies identitaires de fans : l'optimum de différenciation. » *Revue française de sociologie*, Presses de Sciences Po / Centre National de la Recherche Scientifique, p. 283-306, 2004. (halshs-00152589)

### **Articles de revue**

ABD-RAHIM Atiqah, « Online Fandom: Social Identity and Social Hierarchy of Hallyu Fans », In : *The Journal for Undergraduate Ethnography* (revue en ligne, volume 9, n°1), 2019.

Consulté le 11 Août 2022. URL : <https://ojs.library.dal.ca/JUE/article/view/8885/7664>

LE GUERN Philippe, « No matter what they do, they can never let you down... ». Entre esthétique et politique : sociologie des fans, un bilan critique », *Réseaux*, 2009/1 (n° 153), p. 19-54. DOI : 10.3917/res.153.0019. URL : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-1-page-19.htm>

### **Articles de blog en ligne**

JENKINS Jenkins, « Confessions of an aca-fan », blog en ligne , consulté le 20 Septembre 2022, <http://henryjenkins.org/>

—, « Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century (Part One) », blog en ligne [http://henryjenkins.org/blog/2006/10/confronting\\_the\\_challenges\\_of.html](http://henryjenkins.org/blog/2006/10/confronting_the_challenges_of.html) , mis en ligne le 19 Octobre 2006, consulté le 30 Septembre 2022.

### **Mémoires**

SIMON-DOU Maureen, « La cristallisation communautaire des fans de la saga Harry Potter: rapports de force et enjeux de pouvoir au sein du fandom des Potterheads », Sciences de l'information et de la communication. CELSA Sorbonne Université, 2019.

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02569581>

### **Autres sources :**

MADDEN Sidney, THOMPSON Stephen, POWERS Ann, BOTE Josha, « The 2010s: Social Media And The Birth Of Stan Culture », In. Podcast *All songs considered*, nprg.org, October 17, 2019 <https://www.npr.org/2019/10/07/767903704/the-2010s-social-media-and-the-birth-of-stan-culture?t=1643381967356>

- **Genre et communication**

### **Ouvrages et chapitres d'ouvrages**

QUEMENER Nelly, « EDITO : Ce que les *fans studies* font au genre, et inversement. », dans Mélanie Bourdaa, Arnaud Alessandrin (dir.), *Fan Studies, Gender Studies : la rencontre*, Téraèdre, p. 11, 2017.

RADWAY Janice., *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*. University of North Carolina Press, 1991. *JSTOR*, [http://www.jstor.org/stable/10.5149/9780807898857\\_radway](http://www.jstor.org/stable/10.5149/9780807898857_radway) . Consulté le 10 Oct. 2022.

### **Articles universitaires**

ANG Ien, *Watching Dallas : Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, 1982. In: Communication. Information Médias Théories, volume 9 n°3, été 1988. Compte rendu de Diane Saint-Laurent. [www.persee.fr/doc/comin\\_1189-3788\\_1988\\_num\\_9\\_3\\_1413](http://www.persee.fr/doc/comin_1189-3788_1988_num_9_3_1413)

JULLIARD Virginie, « Un mode d'appropriation des *gender studies* par les sciences de l'information et de la communication : la sémiotique du genre », *Questions de communication*, 2014/1 (n° 25), p. 223-243. DOI : 10.4000/questionsdecommunication.9028. URL : <https://www-cairn-info.accesdistant.sorbonne-universite.fr/revue-questions-de-communication-2014-1-page-223.htm>

- **Divers**

### **Ouvrages :**

ELIAS Norbert, *Distanciation et Engagement*, Paris, collection *Sciences Humaines*, Fayard, 1993

HONNETH Axel, *La lutte pour la reconnaissance*, [Kampf um Anerkennung], Trad. de l'allemand par Pierre Rusch, Collection Folio essais (n° 576), Gallimard, 2013.

TRAÏNI Christophe, *Les émotions collectives dans les mouvements sociaux : La mobilisation des soutiens et des adversaires de la protection animale* In : *Les émotions collectives : Enquête d'un « objet » impossible* [en ligne]. Paris : Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales, 2020 (généré le 26 septembre 2022). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/editionsehess/29477>>. ISBN : 9782713231803. DOI : <https://doi.org/10.4000/books.editionsehess.29477>.

### **Articles universitaires**

GIRARD Girard, « Insider-outsider , une posture intenable? Retour sur des enjeux de positions dans une recherche sur l'homosexualité et le sida.. » *Presses de l'Université du Québec. La recherche communautaire VIH/sida. Des savoirs engagés*, 2015. ffhalshs-01266535f

# Annexes

## Annexe 1: Grille d'entretien individuel

### I. Présentation de la personne

1. Présente-toi, (relancer si besoin, voir les questions suivantes selon la réponse instinctive sur sa présentation)
  2. Que fais-tu dans la vie (études, travail, césure etc.)
  3. Avec qui tu vis ? Où ?
- 

### II. La musique (présent dans la version 1, pour les premiers entretiens Alexia, Julia, Shana)

1. Avant de revenir à la Kpop et au stan twitter etc, je voulais connaître un peu ton rapport à la musique. Aimes-tu la musique ? Considères-tu que c'est un pan important de ta vie ?
2. Tu en écoutes depuis quand ?
3. A quel rythme écoutes-tu ? Tous les jours ? Sur tes trajets ? en travaillant ?
4. Quels styles de musique écoutes-tu ? et qu'est ce qui te parle ? (paroles, prod, structure)
5. Comment découvre tu des artistes ou des morceaux ? Recommandations, algorithmes, amis, famille ?
6. Est-ce que ça te rend heureuse? ça te procure quelque chose?
7. Qu'est ce que tu ressens avec tel(s) artiste(s) que tu ressens pas avec d'autres? et pourquoi eux ?
8. Toi t'as déjà été fan d'autres artistes avant la Kpop, au point d'être actif.ve ?

---

### **III. La KPOP**

1. Alors, comment as-tu commencé à te passionner pour la K-Pop
  2. Comment as-tu découvert la kpop ? par quel biais ? quelle chanson ? quel album ? quel artiste ?
  3. Depuis quand en écoutes-tu ? As-tu, depuis, toujours écouté de la kpop ?
  4. La musique t'a marqué ? la danse ? le MV ?
  5. Est-ce que tu avais des a priori ? si oui lesquels ? sinon saurais-tu expliquer pourquoi ?
  6. D'ailleurs, comment décrirais-tu ce monde / cette industrie ?
  7. Est-ce que la kpop peut être une passion ? si oui dans quelle mesure, si non dans quelle mesure ?
  8. Qu'est-ce que tu aimes dans la kpop ? qu'est-ce qui te plaît ?
  9. En termes de registres musicaux, qu'en penses-tu ?
  10. En termes de danses qu'en penses-tu ? et en concepts ? en vidéos
- 

### **III. Twitter, les cercles de sociabilité**

1. As-tu déjà été fan d'autre chose, d'un.e autre artiste ou univers ? si oui quoi/qui et dans quelle mesure
2. Qu'est-ce que tu ressens avec tel(s) artiste(s) que tu ressens pas avec d'autres ? et pourquoi eux ?
3. Comment as-tu été amené.e à te retrouver sur le stan twitter, raconte moi tes débuts, ta découverte / prise de contact avec cette partie du réseau social.
4. A quoi ressemble ton compte en termes de visuel (layout), comment le choisis-tu ? Qu'à-tu envie de démontrer avec ce layout, quelle image tu veux renvoyer ?

5. Maintenant par rapport à ta vie sociale en lien avec la kpop, as tu des ami.e.s qui sont également fans ? des mêmes groupes ?
  6. Quelles sont tes pratiques sur Twitter ? Comment es-tu active ? De quoi parles-tu ? (publication de contenus, blagues, discussions avec amis, gc, spaces) parle moi de ce que tu y fais ?
  7. Fais tu partie d'une fanbase ? Tiens-tu un compte *fanbase* ou un compte fan ? à combien d'abonnés ?
  8. Penses-tu que Twitter soit un gros berceau de socialisation autour de la *stan* culture ? Donne moi ton avis, tes impressions libres ?
  9. Pour toi, qu'est ce que la *stan* culture ? le stan twitter / le *local* twitter?
  10. Qu'est-ce que ça signifie pour toi être fan?
- 

#### IV. Cercles sociaux élargis

1. Comment vis-tu "la vie de fan" en dehors de twitter ? Est-ce que tu achètes / consommes de la kpop autrement que par l'écoute / le visionnage ? (cf. achat d'albums et items, collection)
2. As tu rencontré des ami.e.s kpop stan sur Twitter ? Ailleurs ? Les as-tu vu en vrai après ? As-tu une relation différente avec eux que d'autres amis? Des manières d'être particulières ?
3. Que faites-vous ensemble quand vous vous voyez ? Avez-vous des activités spécifiques ?
4. As-tu un certain sentiment d'appartenance ? de communauté ? et ce sentiment est-il différent dans tes autres cercles d'ami.e.s, si tu en as ? Est-ce que c'est lié seulement à votre passion commune ou à d'autres biais identitaires ?
5. Est-ce que tu as créé des cercles sociaux ou des amitiés qui dépassent Twitter ? Si oui, avez-vous d'autres centres d'intérêts.

6. Commentaires libres ? Quelque chose que nous n'avons pas évoqué sur lequel t'aimerais rebondir ?

## Annexe 2 : Entretien N°1, Alexia

**5 Janvier 2022**

### **Avant propos :**

Alexia étant une amie rencontrée via Twitter, la discussion peut parfois être dans un registre courant.

L'entretien a dû être fait à distance.

**Pour commencer je te remercie d'avoir accepté de faire cet entretien et d'accepter de me parler de toi pour faire quelques analyses sur les Kpop stans, leurs pratiques et leurs utilisations des réseaux sociaux.**

**Pour te remettre en contexte, je suis en Master 2 de Management des industries culturelles et je fais mon mémoire sur le stan twitter car je me suis dit que j'allais travailler sur quelque chose de proche de moi, qui allait me passionner. Du coup, je voulais aborder le point de vue communicationnel et sociologique du stan twitter, c'est à dire comment se créent des réseaux de sociabilité mais aussi comment on agit nous sur ce stan twitter. Ne pouvant pas me baser sur ma propre expérience seulement, je voulais discuter avec d'autres personnes de ce milieu. Maintenant je vais te laisser la parole et te poser quelques questions.**

---

### **I. Présentation**

**M.F : Aujourd'hui on va parler de Twitter, de Kpop et de tout ce qui s'ensuit de ces deux mondes là.. Mais avant de pouvoir aller directement dans le vif du sujet, je voulais qu'on parle un peu de toi, tu te présentes.**

Alexia : Je m'appelle Alexia, j'ai vingt trois ans, je viens de finir des études en traduction, je finis un master. Que dire d'autre? Je suis une femme, mes pronoms sont elle/elle et voilà. Sinon je parlais de mon rapport à la Kpop avec mais sinon j'ai à peu près dit tout ce que j'ai à dire. Je danse.

**D'accord. Et tu fais quoi dans la vie comme études ou comme travail?**

Euh là je cherche un travail en traduction puis plus spécifiquement en traduction audiovisuelle dans tout ce qui est sous-titrage,, doublage de films, de séries et tout voilà c'est mon domaine

**Super tout ça! et du coup t'habites seule ? où ça?**

J'habite pas seule, j'habite avec ma famille euh en région parisienne, donc dans L'Essonne. Avec mes parents et mon frère, mon petit frère,

**Okay je vois, maintenant moi je voulais savoir si tu avais des passions, des centres d'intérêt, des activités particulières ? Et est-ce que tu peux m'en parler ?**

Oui, euh la danse comme je l'ai déjà dit. Sinon j'aime bien euh apprendre les nouvelles langues, tout ce qui est travaux manuels, ce qui est activité créative, je vais faire des bracelets, ou même faire l'origami même, parfois ça me détend ou faire des choses de ce genre.

**Et du coup, est ce que tu fais une différence entre tes passions et tes centres d'intérêt ? Qu'est ce qui pour toi est une passion? Et qu'est ce qui pour toi, ce serait un centre d'intérêt?**

Je sais pas. Je suppose que mes passions je vais y consacrer plus de temps qu'un centre d'intérêt, mettre plus d'investissement par exemple la danse, je danse plus souvent et j'ai envie de me faire des projets. J'ai envie de faire des choses plus concrètes. Alors des centres d'intérêt comme , je sais pas moi, la, l'astrologie, la sociologie la musique, c'est des choses ce qui m'intéressent et j'aime bien lire les articles dessus de temps en temps. Mais c'est pas forcément quelque chose avec lequel je suis en contact tous les jours.

J'ai jamais pensé à faire la différence entre passion et centre d'intérêt, mais je suppose que ce serait un peu ma définition des deux.

**Cette passion-là, tu me parlais de la danse, j'avais envie de comprendre un peu ce que ça te procurait. Qu'est ce que ça t'évoque quand tu penses à la danse ou quand tu danses ?**

C'est juste quelque chose qui me détend. C'est quelque chose qui me procure de la sérotonine, de la joie. C'est quelque chose qui me fait plaisir et c'est quelque chose qui n'est pas forcé surtout. Enfin, j'ai envie de le faire et je prends plaisir à le faire. Et euh, c'est quelque chose qui m'intéresse et qui me passionne enfin. J'aime quand moi je danse, mais j'aime aussi regarder d'autres gens danser, apprendre des choses sur d'autres styles de danse et regarder, aller voir des spectacles.

**Et du coup la plupart de ton temps libre ça va être principalement occupé par la danse? Si je comprends bien ?**

Oui, ouais euh regarder des séries ou lire des livres

**Tu saurais répondre à d'où te viennent ces passions? Est ce que ça vient de ta famille, tes amis ou est-ce que tu t'es construit cette passion toute seule?**

Pour la danse, je sais pas. Enfin mes parents, ils m'ont dit que quand j'étais petite, je dansais beaucoup aux fêtes et tout, même quand j'avais deux ou trois ans, j'ai toujours beaucoup dansé, et c'est moi qui ai demandé à prendre des cours de danse. J'ai commencé euh, peut être sept ou huit ans, je sais plus exactement, mais donc j'ai pas vraiment de souvenirs de quand ça a commencé du coup je vois un peu comme quelque chose intrinsèques à ma personne. Enfin, j'ai pas vraiment d'explications de comment c'est venu, mais je sais que ça fait partie de moi. Après d'autres choses j'ai commencé à m'y intéresser via les études que j'ai faites par exemple. Euh, j'ai fait de l'allemand, donc euh commencé à m'intéresser à d'autres langues. J'ai commencé à étudier la traduction enfin voilà, mais quand j'étais en Allemagne, euh, j'ai pris des cours que je prenais pas d'habitude.. J'ai commencé à prendre des cours de sociologie, donc ça commence à m'intéresser. Maintenant, j'adore ce qui est science du comportement et tout. J'ai trop à faire des choses là-dessus, donc c'est un peu par rapport à ça. J'ai pas trop d'influence euh ma famille peut être euh, pour certaines choses quand j'étais plus jeune, pour ce qui est des travaux manuels et tout, il y avait d'autres amis qui faisait des bracelets, qui avait un petit business de bracelets, et du coup, ça m'a donné envie de faire des trucs en pâte FIMO., je sais pas si tu connais,

**Oui oui je vois**

J'ai commencé à en faire beaucoup, beaucoup quand j'étais au collège,

**Vous aviez des espèces de petites boutiques entre copines ou de petites activités manuelles et tout ?**

Moi, j'avais une boutique Facebook. Enfin j'avais. J'avais une boutique avec une autre amie, mais c'est euh, c'était euh, ça se faisait au bouche à bouche, quoi. On avait pas de site internet ou quoi.,

**Mais c'est très intéressant. Et il existe encore ce groupe Facebook?**

Peut-être? En tout cas, j'ai encore un album avec les photos de ce qu'on vendait!

**J'aimerais trop voir!**

Je te montrerai

**Est-ce que t'aimais vraiment ça au point de continuer toute seule ? Ou est-ce qu'il y avait le groupe qui te portait un peu?**

Enfin, j'aurais pu continuer toute seule. C'est juste que j'étais au collège lycée et au bout d'un moment, j'avais pas le temps soit Euh, c'est un peu aussi une période où les passions ça vient

et ça repart. Enfin, je pense que je suis un peu, je suis encore un peu comme ça. Parfois on a de choses, on vraiment des hyperfixations sur des choses pendant une certaine période et puis ensuite ça se dissipe et on n'a plus les mêmes implications. On n'est plus au temps investi dedans, c'est un peu arriver comme ça, quoi, Il y a eu, voilà la fin du lycée. j'ai plus eu le temps, avec les cours, le bac tout et puis après, c'est jamais repris quoi,

**Mmmh je vois, et, tu me parles d' hyperfixation et c'est un truc que t'as remarqué particulièrement chez toi ? Tu as eu des périodes où tu fixais sur des choses, puis d'autres?**

Oui, ça m'arrive souvent. Par exemple un moment. Euh, je disais l'autre jour à une amie que je j'avais commencé à faire du tricot et fait ça pendant trois semaines. Et puis après ça s'est dissipée. Alors que j'adore, j'aimerais bien, j'aimerais bien m'y mettre sérieusement parce que je trouve que c'est sympa de se faire ses propres habits et caetera. Mais j'ai eu des périodes comme ça, mais même avec l'Italien. Enfin, j'ai étudié l'Italien à l'université et je voulais continuer en autodidacte. mais j'étudie déjà le coréen en autodidacte et j'ai pas réussi à m'investir dans les deux. Voilà et j'avais une période où j'étais euh sur une application pour parler avec des étrangers. Je parlais avec beaucoup de personnes italiennes et c'est vraiment une langue que j'adore, et j'étais vraiment à fond dedans et maintenant plus trop. Enfin je suis plus coréen et rien d'autre quoi.

**Oui je vois et du coup tu es en train de me parler de Coréen et de différentes cultures. Moi ce qui m'intéresse aussi, c'est : toi est-ce que c'est quelque chose qui te parle et que tu apprécies le domaine de l'interculturel ?**

Oui, ça me parle parce que de toute façon j'ai toujours fait des études qui étaient dans cet axe ou alors j'ai toujours. Euh je sais pas, j'ai l'impression que dans dans mes rencontres, mes relations dans les amitiés, j'ai toujours eu cette notion d'interculturalité depuis que je suis petite. Mais je sais pas, je pense que c'est aussi mon intérêt pour la linguistique et le fait que de base s'intéresser à plusieurs langues, c'est aussi s'intéresser à d'autres cultures et donc forcément ça a suivi quoi Donc oui ça me parle

**Et du coup tu m'as évoqué l'Allemagne, tu m'as évoqué l'Italie, tu m'as évoqué la Corée. Est ce qu'il y a un pays qui intéresse particulièrement plus que d'autres? Ou est ce qu'il y a une culture qui qui te passionne plus qu'une autre à cet instant?**

L'Allemagne, c'est un pays que je trouve très intéressant et j'y ai vécu deux ans donc je sais comment c'est et j'aime la qualité de vie là-bas, je sais ce qui m'attend si un jour j'y retourne. La Corée est aussi un pays que je trouve intéressant, pas dans le sens où je me vois forcément y vivre mais en tout cas j'aimerais bien en savoir un peu plus dessus et et vraiment avoir des avis de personnes qui vivent réellement tu vois. Enfin moi j'ai commencé à suivre une Youtubeuse , elle s'appelle Kelsy , Kelsy the Korean et elle parle un peu des , par exemple des standards de beauté de comment est la vie, la scène des célibataires en Corée; enfin elle parle

de plein de choses et elle en parle de manière assez concrète voilà, assez crue et cetera c'est dans ces moments là que je me dis là j'en apprend plus sur un pays comme la Corée et ça me donne envie de faire des recherches, d'y aller, de voir

**OK. Et du coup tout ce qui t'intéresse dans l'interculturel et dans les pays, qu'est ce que c'est? Ça va être plutôt la linguistique ou plutôt la sociologie ou l'art?**

Parce que j'aime bien comprendre, comment dire? J'aime bien comprendre les systèmes. J'aime bien comprendre euh des comportements, des modes et cetera. J'aime bien tout ce qui touche à la linguistique parce que, l'origine des langues, comment les langues fonctionnent et tout, les comparer avec ma langue maternelle et cetera. Après sinon Il y a aussi d'autres aspects qui m'intéressent bien sûr la cuisine et tout, l'art tout ça, mais moi personnellement plus l'aspect linguistique et sociologique. ,

**Tu me disais que l'art t'intéresse mais du coup c'est pas la première chose qui t'es venue à l'esprit quand tu m'as parlé de culture. J'aimerais quand même avoir ton avis. Quand tu découvres un nouveau pays et particulièrement la Corée du Sud, ça été un réflexe premier d'aller voir l'art ou au contraire c'est venu après?**

C'est un peu compliqué pour me de répondre à cette question, parce que on sait déjà que c'est un grand mot. Je sais pas enfin pour moi la Kpop ça rentre aussi dans l'art, fin parce que c'est la musique, donc quelque part mon premier contact avec la Corée et ça a été un contact artistique. Parce que j'ai commencé à écouter de la Kpop assez jeune.

---

## **II. La musique**

**Aussi, je voulais un peu essayer de comprendre ton rapport à la musique. Il y aura une série de cinq six questions autour de ça. Je voulais savoir si tu aimais la musique, si tu considérais que c'est un pan important de ta vie. Est-ce que t'en écoutes depuis que t'es toute jeune?**

Oui la musique, c'est très important pour moi. J'écoute de la musique tous les jours dès que je peux. Je pense que depuis l'enfance, et je pense que, déjà grâce à mes parents, surtout mon père, puisqu'on écoutait beaucoup de musique camerounaise, beaucoup de jazz et tout donc ça m'a un peu bercée dans ça. J'ai des souvenirs de chansons que je connais par coeur, alors je les écoute plus du tout. Même si je l'ai pas écouté depuis dix ans. Mais comme mon père, il mettait en boucle quand j'étais jeune, c'est un peu ancré en moi. J'ai l'impression que la musique et la danse ne font qu'un, pour moi. Donc , forcément, j'adore. J'adore découvrir de nouveaux artistes. J'adore m'ouvrir à plus de genres musicaux, c'est pour ça que souvent je demande à des gens de me partager des playlists parce que je veux découvrir plus de choses. Mais je pense

être assez ouverte d'esprit. Je ne sais pas si c'est quelque chose que je peux dire de moi même, mais en tout cas, je pense être assez ouverte pour vraiment vouloir écouter n'importe quoi

**Du coup tu disais que c'était ton papa qui te faisait écouter des musiques camerounaises et du jazz. C'est par ce style là que tu as eu une première approche de la musique?**

Je pense que oui, je pense que toute mon enfance j'écoutais pas de chanson pop , pop ou R&B, enfin j'écoutais pas des styles que j'écoute maintenant. dès que j'ai commencé après, quand j'écoutais du jazz, après j'ai commencé la danse classique et puis après voilà, c'est au collège, au lycée, on commençait à écouter les chansons populaires , on commence à développer notre propre style et cetera. Et au fur et à mesure, je suis un peu tourné vers mes genres musicaux de prédilection

**Tu me disais d'écouter de la musique tous les jours. T'écoutes de la musique dans quels contextes ? Sur tes trajets ? Quand tu travailles ?**

J'écoute quand je range, j'écoute sur mes trajets de train. Quand je marche pour aller quelque part. J'écoute souvent une chanson en boucle si je vais danser dessus, j'écoute quand je danse, j'écoute parfois le soir. Parfois le soir avant d'aller me coucher, c'est là que j'écoute, les nouveaux albums qu'on m'a conseillés ou un quelque chose que j'avais noté que je devais écouter, mais j'ai oublié. Je me pose, même s'il est une heure du matin, j'écoute allongée avec mes écouteurs. J'adore ces moments-là parce que j'entends vraiment tout. J'entends tout dans la production, j'entends tout dans l'instru et c'est vraiment parmi les meilleures expériences. C'est mieux que quand j'écoute dans le métro par exemple, parce c'est vraiment pour donner un rythme, à ma vie, à la soundtrack de ma vie. Mais quand je suis toute seule dans ma chambre le soir, c'est vraiment bien.

**Du coup c'est parfait parce que tu fais la transition par rapport à ma question suivante, vu que tu parlais de production et de paroles. Moi je voulais savoir justement quand tu écoutes une musique, tu fais attention à quoi? les paroles, la production, la structure ? Et aussi quel style de musique t'écoutes?**

Ça dépend. En général, Je pense que dans l'ensemble, c'est plutôt la prod qui va marquer, mais ça dépend aussi parce que si c'est si c'est des chansons dans des langues que je connais, que je comprends et que c'est une chanson que j'apprécie particulièrement pour ses paroles (et que je connais déjà je veux dire), les paroles vont me toucher par exemple. Enfin je sais pas si t'as écouté le nouvel album d'Adèle, mais elle a une chanson dessus où elle parle de son fils et c'est une chanson un peu neo-soul, jazz, R&B, enfin bref la chanson est ponctuée par des petits enregistrements d'elle et son fils qui discutent et la chanson est hyper marquante. Et les genres de musique que je préfère? Moi j'aime beaucoup le R&B, oui Rap et R&B, le jazz, la neo-soul

**La neo-soul c'est quoi exactement? Ça ressemble à quoi?**

Euh comment dire ? Une artiste comme Norah Jones? En fait c'est un peu entre le R&B et le jazz, je ne sais même pas comment décrire en fait. Puis euh voilà, et de plus en plus j'étais réconcilié avec le Pop-Punk ça aussi j'aime beaucoup Voilà, je crois que c'est tout. Bon ça c'est les sons et le genre de chansons que j'écoute tous les jours. Et de la pop , hyperpop et tout voilà, ça c'est des sons de tous les jours. Après dans certains moments, il m'arrive d'écouter des sons vraiment cent pour cent Jazz, cent pour cent classique, cent pour cent quelque chose.

**De manière récurrente, ça reste quand même plutôt le R&B, le rap et hyper pop si j'ai bien compris. Tu peux me corriger si je me trompe, mais effectivement ma démarche c'est de comprendre si jamais tout cet éclectisme musical peut amener à apprécier la Kpop parce que je sais que qu'il y'a tellement d'information que ça peut être *overwhelming*.**

C'est dur de catégoriser, il y a pas mal de chansons dans ma playlist qui sont du R&B alternatif, du rock alternatif, donc c'est un peu .. voilà

**Du coup, ça m'intéresse parce que même ça, ce que t'es en train de me dire sur "l'alternatif", parce que même quand tu regardes avec les vidéos de Stray Kids, et qu'ils expliquent qu'ils ont 23.000 genres, t'es là en mode "ah ouais quand même!"**

J'ai oublié un genre !! La House! En fait j'écoute beaucoup d'EDM , vraiment je peux en parler.

**Mais c'est vrai que c'est un genre qui est tellement utilisé en Kpop**

Franchement, il y a souvent des éléments de house, c'est vrai. Genre les petits synthés et tout.

**Maintenant je voulais aussi savoir comment est-ce que tu découvrais des nouveaux morceaux, parce que tu m'as parlé de demander à tes amis des playlists, mais , est ce que parfois tu écoutes des recommandations ou tu trouves par toi-même ?**

Parfois, moi de moi même, je demande sur les réseaux , par exemple sur Twitter je dis : "est-ce que vous avez une recommandation d'album parce que je vais faire un voyage en train de une heure blablabla", ça peut être n'importe quoi, mais parfois je demande juste euh de manière spontanée sinon quand je suis sur YouTube, parfois j'ai des recommandations de clips. Avant, j'avais tendance à ignorer. Mais maintenant j'ai décidé que de temps en temps, boom j'allais cliquer. Parfois, j'aime parfois j'aime pas et parfois j'adore et ça me mène, enfin, je découvre un artiste et du coup, j'enchaîne avec plein de clips , genre les clips les plus connus de l'artiste. Et là, du coup, je découvre je sais pas moi , cinq chansons en même temps. Il m'arrivait ça avec une artiste brésilienne la semaine dernière, elle s'appelle IZA j'ai regardais cinq de ses clips et j'ai adoré. Maintenant, j'ai une chanson, que j'ai ajouté à ma playlist. Sinon, quand je suis sur Spotify, je regarde Euh un artiste, j'écoute ou que je viens de découvrir et je vais dans ces "les fans aiment aussi blablabla". Et parfois j'ai pas le temps de regarder tous les artistes connectés

mais un ou deux j'écoute deux trois chansons et puis voilà, ça donne déjà une petite idée et tout donc c'est ça, sinon en ce moment sur Tiktok il y a plein de gens qui font des playlists, du coup j'enregistre les Tiktoks, et dès que j'ai temps, je vais regarder

**Quand t'écoutes de la musique, est-ce que ça procure quelque chose physiquement et émotionnellement?**

Vraiment, ça dépend, mais j'ai souvent, comment dire, c'est assez... j'ai pas envie de dire viscéral, ça me paraît un peu fort comme mot..

**C'est le mot utilisé en premier...**

La musique peut me faire ressentir des choses très intenses. Parfois ça me fait surtout, quand j'ai quelque chose qui est nostalgique, ça me fait à penser à des choses dans ma vie, ou alors il y a des chansons qui automatiquement vont faire pleurer et je pleurerai à chaque fois que je les écoute même si c'est deux ans après quoi. Souvent la musique peut aussi me donner beaucoup d'énergie, peut mettre de bonne humeur. Je sais pas, je sais pas. C'est quoi le mot pour décrire ça? Mais peut-être fusionnel non, je sais pas.

**Pour toi la musique c'est quelque chose qui fait partie de ton quotidien, qui fait partie de ta personnalité et qui rythme un peu tes humeurs. Mais est-ce que c'est la musique qui rythme tes humeurs ou est-ce que c'est tes humeurs qui rythment ce que t'écoutes ?**

Je sais qu'il y a des gens qui ont eu des playlists par exemple pour quand il pleut ou quand je suis triste ou quand na na na, mais c'est pas qu'une chanson ne pas va pas me rendre triste, mais c'est juste que je sais pas, la musique, ça peut être une thérapie d'une certaine manière pour moi, mais je ne catégorise pas vraiment les émotions comme ça. Moi, chaque musique en fait, chaque musique est spéciale et chaque musique veut dire quelque chose de différent pour moi. Je suis désolé, je n'arrive pas à répondre à cette question. En fait, c'est plus dur que ce que je pensais de répondre, mais je sais pas, je suis pas très claire.

**Si pour moi c'est éclairant aussi de savoir comment je vais poser mes questions par la suite.**

---

### **III. La Kpop**

Du coup, maintenant, je voulais passer justement à un style particulier qui, du coup est la Kpop, parce que ça va être le sujet de mon mémoire. Je voulais comprendre par rapport à la Kpop.

### **Dans un premier temps, comment as-tu découvert la Kpop? Par quel biais?**

J'ai découvert la Kpop sur Youtube. Je m'en souviens très bien c'était Gee de Girls' Generation.

### **C'était quand ?**

C'était pas l'année où c'est sorti mais c'était peut-être en 2013, 2012. C'était en 3ème ou en Seconde, je sais plus. et je sais que c'est sorti en 2008, mais j'ai découvert quelques années après? C'était sur Youtube j'ai vu la vignette était mignonne j'ai cliqué dessus, ça avait l'air fun.

### **Du coup t'as cliqué et après t'as écouté d'autres trucs ?**

En fait je suis tombée un peu sur les playlists Kpop, compilations, après j'ai découvert BTS, j'étais vraiment à fond sur BTS et EXO tout ça, c'est vraiment les premiers groupes que j'ai écoutés.

### **Ça veut dire que depuis t'as pas arrêté d'en écouter? T'as toujours continué à écouter de la Kpop depuis?**

J'écoute de la Kpop depuis 2013, mais j'en ai vraiment dans mes playlist depuis que je suis sur le stan twi, nan depuis plutôt 4 ans, 2018, 2017?

### **Est-ce qu'une musique t'a particulièrement marquée? une danse ? un MV?**

Au début oui il y'a eu des sons comme Call Me Baby de EXO, ou des sons de BTS, je sais pas moi je pourrais te citer tous les sons, mais moi c'est surtout ceux de la rap line, des albums genre Love Yourself, Tear, et même tous les sons old school de BTS genre "Boy in Luv" ou tout l'album noir là avec la pochette noire

### **Dark & Wild ?**

Oui Dark & Wild, j'adore cet album

### **Est-ce que tu avais des a priori ? si oui lesquels ? sinon saurais-tu expliquer pourquoi ?**

Franchement je pense pas, je pense que je savais que ça existait et qu'il y avait des groupes avec plein de gens dedans, qu'il y avait des clips avec beaucoup de productions et de couleurs, de trucs saturés; mais j'avais pas de préjugés. C'est quelque chose que je voyais beaucoup autour de moi mais j'avais jamais regardé, puis un jour on franchit le pas... et on clique.

**D'ailleurs, quelle est ta définition de la kpop ? Comment décrirais-tu ce monde à quelqu'un qui ne connaît pas ?**

J'ai une réponse bien définie, selon moi la Kpop n'est pas un style de musique, forcément, ce n'est pas un genre de musique parce qu'il y'a un peu de tout. Y'a de l'alternatif, de l'EDM, du rock, du R&B, y'a tout tout tout. Pour moi, c'est un style de contenus, c'est une industrie qui propose un style de contenus et ces contenus sont caractérisés par, de un, des clips avec un budget particulièrement haut et beaucoup d'investissement pour l'aspect visuel, de deux il y'a un rapport avec les fans très différent par rapport aux industries musicales occidentales. En Kpop, on fait en sorte que l'artiste ait une relation avec les fans particulièrement proche, il y'a pas ça dans notre industrie. Et la formation, en Kpop t'as souvent des artistes polyvalents, qui savent chanter, danser, jouer d'un instrument, ils sont formés avant même de débiter et y'a pas ça ailleurs quoi. Pour moi la Kpop c'est une industrie quoi.

**Et du coup ça a marché sur toi? le fait que ça soit une industrie qui se veut proche des fans**

Je pense que oui, d'une certaine façon. Ça peut être considéré comme transactionnel, l'artiste donne et nous aussi on donne. J'ai l'impression que les artistes font en sorte de nous impliquer, quand ils font des lives on peut leur poser des questions ils répondent. Ça nous permet de les connaître plus en tant qu'artistes mais aussi en tant que personnes. Oui moi j'aime bien en découvrir plus, ça fait toujours plaisir. Et c'est quelque chose qu'ils ne sont pas obligés de faire.

**Tu m'as dit le mot "transactionnel", c'est un mot qui me parle, est-ce que tu pourrais développer? Comment l'artiste donne et comment tu le perçois?**

Pour moi c'est donnant-donnant, l'artiste donne déjà sa propriété intellectuelle, il donne son corps aussi parce qu'ils créent des sons, ils chantent, il faut aller au studio pour enregistrer des sons, préparer des performances, préparer des chorégraphies et en fait c'est une industrie du divertissement donc forcément ils font des performances pour les fans. Et nous en échange, on achète les musiques, on consomme les contenus, on va aux concerts, on participe à des événements, on vote pour eux pour des prix. Y'a du donnant-donnant, quand les artistes Kpop remercient leurs fans, je pense que quelque part ça fait sens, il font de la musique et nous on écoute, on consomme, on like on commente

**Et on vote pour Kingdom**

Haha exactement, on fait toutes ces choses, et il y'a un retour sur investissement assez visible pour les artistes. Un retour sur leur travail, leurs performances et cetera.

**Et tous ces retours, commentaires, cette relation, tu la fais où et grâce à quoi? Car c'est loin la Corée**

Ca dépend des idols, mais forcément sur les réseaux sociaux, après certains groupes sont sur des applications spécifiques comme Vlive ou Bubble, où là on peut envoyer des messages et ils peuvent les lire, là c'est un cran au dessus on va dire. Quand on commente sur les lives sur Vlive; y'a plusieurs manières de rentrer en contact avec l'idol mais sans que ca soit dangereux ou trop proche pour l'idol, faut quand même mettre des barrières. Y'a pas mal de moyen d'entrer en contact avec les artistes.

**Pour retourner un peu sur la Kpop en tant qu'industrie musicale, qu'est ce que tu aimes dans la kpop ? qu'est ce qui te plaît ?**

J'apprécie le fait qu'en Kpop, ils donnent vraiment tout dans les performances, ils donnent vraiment le maximum et j'aime aussi à quel point les musiques sont expérimentales; j'adore être surprise, dès qu'il y'a quelque chose de nouveau, qui sorte du moule. Dès que quelque chose est un peu original et qu'un artiste développe son style assez unique. Je trouve que c'est une industrie où il y'a vraiment des artistes qui font quelque chose de stimulant , que ca soit dans la musique, dans la chorée, dans les clips, c'est stimulant.

**Plus que dans la musique occidentale du coup?**

Mhh franchement de nos jours je dirais que oui.

**Et du coup pour toi, dans la Kpop qu'est ce qui est augmenté ? Qu'est ce qui diffère et rend la chose stimulante ? Pourquoi c'est aussi addictif?**

Peut-être qu'ils savent faire des refrains qui sont catchy, ils savent faire des chorées qui donnent envie d'apprendre. Surtout avec la 4ème / 5ème génération de Kpop ils vont faire des chorées qui vont donner lieu à un challenge, y'a aussi ce côté, comme je disais tout à l'heure avec cette relation entre l'artiste et les fans, j'ai l'impression que ça passe aussi par là, enfin on a envie de faire le challenge, d'écouter la musique, de participer, ça crée tout un monde, tout un réseau. Puis la façon, dont les chansons sont promues; le concept du comeback, des teasers, ca crée une excitation ou alors une attente, ca crée de la hype.

**Toi y'a quelque chose qui te hype plus que d'autre ou pour toi tout est intéressant ?**

Pour moi tout est intéressant, enfin je vais avoir plus tendance à hyper la prod ou la chorée, mais en Kpop y'a toujours des choses intéressantes à dire sur le visuel aussi.

---

#### **IV. Twitter, les cercles de sociabilité**

**T'es sur le stan Twitter depuis quand ?**

J'avais déjà de la kpop dans ma playlists en 2017 2018 mais j'ai rejoint le stan twitter depuis Avril 2020 je dirais, au début j'étais à fond sur BTS et cetera; puis au fur et à mesure j'ai commencé à découvrir d'autres artistes comme Stray Kids parce qu'on a des mutus, on a des gens qui postent toujours des trucs sur d'autres artistes, sur d'autres chansons, on découvre plein de choses, donc voilà. Là j'ai commencé à faire des playlists, à découvrir plus le monde k hip-hop, kr&b et cetera et voilà.

**Donc pour toi Twitter tu considères que ça a été un tremplin pour découvrir de nouvelles choses ?**

Oui oui tout à fait

**Et toi t'as déjà été fan ou *obsessed* d'autres groupes ? de musique de manière générale ?**

Pas vraiment, je crois pas, j'ai eu ma petite Beyoncé, mais j'ai rien qui me vient en tête en fait, ... j'ai eu ma période Kehlani en prépa, j'écoutais Kehlani quand j'allais en cours. J'ai découvert un rapport particulier à la musique avec Kehlani, parce qu'elle a tout un album qui avait des paroles assez spéciales, et ca me touchait, enfin je vais pas m'étaler

**Pour toi, qu'est ce que le *stan twitter*, la *stan culture* ?**

Ça permet un peu de rassembler un peu les gens qui ont cet intérêt pour la Kpop. C'est vraiment un endroit où ils sont sûrs de trouver des gens qui connaissent et avec qui ils peuvent en parler. et on peut un peu former une communauté, voilà et se hyper pour des comebacks. C'est bien d'avoir ce sens de communauté et se dire "on peut parler de cet artiste" et ouais c'est aussi simple que ça, c'est une communauté et c'est sympathique. Mais tout comme sur d'autres réseaux des gens vont parler d'autre chose. Après y'a d'autres réseaux sociaux où ça parle de Kpop mais je pense que Twitter c'est un peu le lieu, le Hub où tu retrouves un peu tout.

**Pour toi le *stan twitter* c'est l'endroit important où t'auras toutes les infos ?**

Oui totalement

**Du coup je voulais aussi savoir comment as tu été amené.e à te retrouver sur le stan twitter? Raconte- moi tes débuts, ta prise de contact avec cette partie du réseau social.**

Bah en fait je pense que c'était une période où j'avais, période covid fin, premier confinement là, c'était une période où je m'ennuyais un peu chez moi, une période où j'avais pas forcément de cours et tout. Parfois j'allais, parfois j'allais, enfin j'ai réinstallé pour avoir les infos de la semaine, et puis j'ai commencé à avoir des trucs sur BTS, sur la Kpop et tout, puis comme je connais le groupe, je regarde leurs clips et tout, j'ai commencé à voir des tweets et j'ai commencé à tweeter en français et tout. C'était pile au moment où y'avait la bangbangcon, le concert en ligne et les gens tweetaient en live, donc c'est là vraiment où j'ai commencé. C'est l'un des premiers événements et à partir de là j'ai trouvé des *mutus* et voilà c'est parti de là.

### **C'est quoi des *mutus* ?**

Un *mutu* c'est une personne que tu *follow* et qui te *follow*

### **Et tu leur parles tous les jours ?**

Oui enfin on se parle régulièrement. Au début j'étais BTS only et après j'ai changé. Enfin "God's Menu" de Stray Kids est sorti, j'avais entendu un son de Stray Kids quelques semaines avant mais je les avais complètement oublié, et pour God's Menu j'ai vu le clip genre dix jours après, je faisais que le voir dans mes recommandations et je me disais "mais c'est qui ça là c'est qui ce truc pour enfants", juste à cause du nom j'avais un a priori sur eux et sur le style de musique qu'ils faisaient tu vois. Et j'ai vu que les vues faisaient que monter donc je me suis dit "il faut que j'aille voir". Puis dès le début du clip j'ai su, j'ai vu le rap de Changbin et Han et j'ai su que j'allais les adorer et après tout s'est fait de manière assez organique, j'ai regardé des guides, des vidéos sur chaque membre, j'ai fait ça sur une semaine, deux semaines, et Stray kids m'a happée super vite, c'est le groupe qui m'a happée le plus vite, plus que BTS.

### **Tu sais pourquoi?**

Mmmh je pense que c'est le fait qu'ils produisent leurs musiques eux-même, puis les rappeurs ça m'a fait wow, et God's Menu c'est un son qui envoie beaucoup, c'est un peu un choc, que tu connaisses Stray Kids ou pas. Il se passe beaucoup de choses dans ce son, c'est vraiment le son pour découvrir Stray Kids en fait, la *rap line*, et Felix tu le vois avec sa voix grave tu tu dis "ok qui est cette personne?" c'est vraiment trop intéressant.

Puis après y'a une époque où on faisait des longs tweets avec "je stan tel groupe, je cherche des mutus svp vous pouvez RT?" et c'est ce que j'ai fait pour Stray Kids et fur et à mesure j'ai eu des abonnés et des mutus. Maintenant je suis à fond sur Stray kids mais j'aime plein d'autres groupes.

### **Quelles sont tes pratiques sur Twitter ?**

Je pense que la plupart de mes mutus sont Stays, enfin stannent Stray Kids, enfin j'ai un peu tout dans ma TL en fait, j'ai des gens qui stannent aussi Twice, NCT, en fait j'aime bien avoir de tout. J'ai follow les gens qui suivent mes groupes préférés, c'est facile d'être multi.

**Comment es-tu active ? (publication de contenus, blagues, discussions avec amis, gc, spaces) parle moi de ce que tu y fais ?**

Je tweete, je commente des choses, soit de l'artiste lui-même, parfois je publie des vidéos que j'aime bien, ou je quote des tweets.

**Et t'as combien d'abonnés ?**

J'en ai environ 2200.

**Et en terme de layout, comment tu choisis? Qu'est ce que t'as envie de renvoyer comme image sur ton compte fan ?**

Franchement au début j'avais beaucoup envie de renvoyer une image, en fait ça dépend, y'en a qui veulent renvoyer une image avec leur couleur préférée, leur personnage préféré ou je sais pas, d'autres qui préfèrent avoir quelque chose qui témoigne de leur artiste préféré, genre la photo de profil c'est un membre du groupe qu'ils stannent, et la bannière tout le groupe ou quelque chose de plus abstrait. Avant j'avais beaucoup de photo de profil des membres de groupe, et notamment de Stray Kids, j'ai eu Changbin, j'ai eu Seungmin, j'ai eu Hyunjin. et là j'ai gardé une peinture de Hyunjin parce que j'ai pas d'autre inspi. J'ai l'impression que je sais que le layout impacte la façon dont on te perçoit. Avec ce layout j'ai un côté plus sérieux qu'avec un autre, j'ai un côté plus sobre que si j'avais une pp Seungmin. Après si aujourd'hui je changeais de photo de profil ou de TN les gens me reconnaîtront plus. Donc d'une certaine manière je l'aime bien mais j'ai envie de changer aussi.

**Tu trouves que les photos de profil ça renvoie une certaine image de la personne ?**

Je trouve que forcément ça renvoie une image vite. Ca, plus la manière dont on tweet, ça peut vachement exacerber ça. Moi je sais que si je fais un tweet super sérieux en plus avec ma pp pn est en mode "je suis philosophe", mais si je faisais un tweet sérieux avec une pp loufoque par exemple, les gens me prendraient moins au sérieux. Quand j'avais ma pp Changbin avec les bras croisés et que j'ai fait un tweet sérieux on m'a dit que j'étais intimidante, alors que moi si on me connaît, je le suis pas. La PP que j'ai actuellement me correspond pas entièrement, enfin y'a une partie de moi qui est sérieuse, qui est très sociologue, qui analyse les gens et qui va un peu les corriger quand je vois des choses pas normales sur Twitter, je quote en mode "mhmhmh c'est pas bien", mais en vrai je ne suis que amour, que soleil, et ça se voit pas dans ma pp actuelle.

**Du coup tu vois quelque chose d'important dans le choix du @, dans le choix de la bio? Vous y faites vraiment attention?**

En fait la bio, ca peut etre un peu ce qu'on veut, c'est plus à titre informatif je pense, ne serait-ce que mettre son âge, ses pronoms, mais on n'est même pas obligés en fait. Ca peut être aussi les groupes que tu stan, pour que les gens sachent. Ou même juste une citation, y'a pas trop de règle je trouve, et pour le @ aussi c'est un peu pareil. J'ai l'impression que mon @ c'est la seule chose qui reste, qui me représente. Quand je te dis que je suis un peu "sunshine" c'est tout moi, c'est mon @ je m'y retrouve j'ai pas envie de changer, et puis les gens me reconnaissent comme ça.

**Et comment tu choisis qui tu follow ou qui tu veux pas follow ?**

En général, j'interagis plusieurs fois avec la personne avant de la follow. Aussi, par exemple j'ai 23 ans donc je follow pas des gens de 16/17 ans, c'est dans ma bio, je suis fervente défenseuse du fait qu'on puisse interagir avec des gens plus jeunes, mais bon on n'est pas aux mêmes moments de nos vies et souvent on a peu de trucs en commun. Et aussi je suis pas trop d'accord avec les jeunes de 14/15 ans qui sont sur Twitter mais ça c'est un autre débat. Sinon je follow des gens dont j'aime les édits, les opinions, le style musical.

**Et t'as des amis maintenant sur Twitter? Plus que des mutus ?**

Oui j'en ai

**Et ces amis là, tu leur parles sur Twitter ou ailleurs ? Comment ça se passe tout ça ? Des mutus peuvent devenir des amis ?**

Oui carrément, les mutus peuvent devenir des amis. Je suis quelqu'un qui a une bonne notion du fait qu'il y ai quelqu'un derrière l'écran et au fur et à mesure des conversations tu finis par plus seulement parler sur la TL mais aussi en DM, en Space, puis voilà. Après tu peux être amené à te voir dans la vraie vie et ça peut être très sympathique.

**Et comment ça se passe les DM et les Spaces ?**

Bah les spaces c'est en vocal donc tu peux discuter de vive voix avec les gens, ça peut être sympathique, les petits spaces entre mutus. Et puis en DM, on peut avoir des petites conversations comme toute application de conversation, whatsapp ou messenger.

**Et y'a ces spaces, mais j'ai aussi entendu parler des group chats, est-ce que t'es dans certains? et comment ca se crée ?**

Ca dépend en fait, parfois un group chat peut être créé autour d'un événement, par exemple un groupe qui vient de débiter, qui a pas encore beaucoup de fans, on se dit oh je vais créer un group chat pour discuter de ce groupe, parfois c'est autour d'une émission où on regarde la même chose. Parfois c'est à force de parler avec des mutus, t'as envie de leur parler aussi en privé, donc ca peut commencer à deux, puis on ajoute une troisième personne puis on se dit tiens si on ajoutait untel et puis voilà petit à petit ça fait un group chat. Ça part souvent de là.

**Je voulais savoir aussi si t'avais été sur d'autres fandoms autre que des fandoms de Kpop?**

Non pas vraiment.

J'ai toujours un oeil sur le local twitter, qu'on oppose au stan twitter, genre j'aime bien regarder les séries ou quelques artistes occidentaux.

**T'as plusieurs comptes Twitter d'ailleurs?**

Alors oui, j'ai trois comptes Twitter, un compte Kpop où je donne mes avis sur les groupes etc, j'ai un compte privé où je tweet des choses plus personnelles. Et j'ai mon compte Seungmin pour un membre de Stray Kids, qui est mon membre préféré et de qui je poste des photos quotidiennement, pour faire sa promotion.

**Et quelle est la différence d'usage entre ces différents comptes ?**

Je dirais le niveau d'interaction. Sur mon compte Seungmin je poste puis je pars. Je réfléchis à un truc dont j'ai envie de parler, je poste une fois par jour et c'est plié, c'est pas un compte où je discute beaucoup. c'est assez fun, j'aime bien poster des photos rares de Seungmin, ou des photos que les gens ont oublié.

**As-tu un certain sentiment d'appartenance ou de communauté ? selon tes différents comptes ?**

J'ai un sentiment de communauté dans les deux parce que sur mon compte Seungmin les gens répondent mais le niveau d'interaction est moindre que sur mon compte Kpop principal.

---

## **V. Cercles sociaux élargis**

**Est-ce que ces amis de Twitter, tu les as vus en vrai ? et est-ce qu'il y'a une différence qu'avec d'autres ?**

Non, personnellement c'est des gens comme les autres, on se voit quand on veut quand ils sont dispos

**Et quand vous vous voyez, vous faites quoi?**

On fait des trucs normaux quoi. Parfois oui ça peut être ciblé si on va chercher un album en boutique et cetera, mais sinon on fait des choses normales, on sort, on va au restau, boire un verre, faire du shopping, bref voilà quoi.

**Est-ce que tu as créé des cercles sociaux ou des amitiés qui dépassent Twitter ? Vous parlez que de Kpop ou ça dépasse ?**

Non non ça dépasse la Kpop. Voir quelqu'un en vrai ca recontextualise leur vie, ne serait-ce que savoir qui cette personne est, où elle rentre chez elle, ce qu'elle fait dans la vie. On se rapproche et on va avoir des conversations sur d'autres trucs, nos vies personnelles, nos études, nos familles, donc les conversations vont au-delà de la Kpop, comme des amitiés normales quoi.

**C'est plutôt des gros ou petits groupes ?**

Au début c'est des petits groupes mais après ça peut faire des gros groupes, c'est du networking. Puis voilà quoi, ça m'a amenée aussi à rencontrer des gens qui aiment danser et faire des covers de danse Kpop. J'ai créé des projets avec ces personnes; ca m'a emmenée à m'entraîner avec ces personnes, filmer des covers et voilà quoi ça fait plaisir. C'est particulier à un groupe d'amis qui ont cette passion là, mais tous les Kpop stans n'ont pas forcément un intérêt pour la danse et le monde des covers. Je dis monde parce que les covers c'est un monde particulier effectivement.

**Merci beaucoup, c'est éclairant! Tu aurais d'autres commentaires à ajouter ?**

Non pas vraiment .

## Annexe 3 : Entretien N°2, Julia

7 Janvier 2022

### Avant propos :

Julia étant une amie, la discussion peut parfois être dans un registre courant.

L'entretien a dû être fait en visio, Julia avait donc mis un fond Zoom humoristique avec Haechan et Taeil, deux membres de NCT.

**Pour commencer je te remercie d'avoir accepté de faire cet entretien et d'accepter de me parler de toi pour faire quelques analyses sur les Kpop stans, leurs pratiques et leurs utilisations des réseaux sociaux.**

**Pour te remettre en contexte, je suis en Master 2 de Management des industries culturelles et je fais mon mémoire sur le stan twitter car je me suis dit que j'allais travailler sur quelque chose de proche de moi, qui allait me passionner. Du coup, je voulais aborder le point de vue communicationnel et sociologique du stan twitter, c'est à dire comment se créent des réseaux de sociabilité mais aussi comment on agit nous sur ce stan twitter. Ne pouvant pas me baser sur ma propre expérience seulement, je voulais discuter avec d'autres personnes de ce milieu. Maintenant je vais te laisser la parole et te poser quelques questions.**

---

### **I. Présentation**

**M.F : Bonjour à toi, d'abord j'aimerais que tu te présentes en quelques mots.**

Julia : Je m'appelle Julia, j'ai 22 ans, je suis femme cis bisexuelle, je fais ma biographie, nan je plaisante [rires], j'habite en île-de-france

**Que fais-tu dans la vie (études, travail, césure etc.)?**

Alors je viens d'être embauchée dans les pompes funèbres, en tant que conseillère funéraire.

**Avec qui tu vis ? Où ?**

Avec ma mère, mon beau-père, avec Haechan et Taeil [rires] [ndlr : membres de NCT] [cf. avant propos].

**Est-ce que tu as des passions, des centres d'intérêt, des activités ? Peux-tu m'en parler ? qu'est ce que ça t'évoque, qu'est ce que ça te procure ?**

J'ai toujours aimé la musique, mon père en faisait du coup c'était très musique à la maison. Après le cinéma par exemple, ça ne m'intéresse pas trop. Sinon la mode mais de loin. La littérature aussi, bon ça s'est un peu essoufflé, maintenant je lis des fanfictions [rires]

**D'où viennent ces passions ? Est-ce que ta famille en est proche / comprend ? Sinon, est-ce que tes amis en sont proches ?**

Oui ma famille est dans le même délire que moi, on est très Kpop à la maison là. J'ai toujours aimé la musique même si j'en ai jamais fait.

**Pour toi, qu'est ce qu'une passion? Qu'est ce que ce mot t'évoque ?**

C'est une passion parce que je vis musique, mais aussi la culture qu'il y'a autour de la musique. La pop culture c'est ça qui me passionne encore

**C'est quoi la pop culture alors ?**

Pour moi c'est tout ce qui est populaire, les contenus populaires donc la musique populaire, même aussi les émissions TV ou les célébrités, par exemple Kim K pour moi c'est une fille de la pop culture.

Ca se rapproche au monde du divertissement populaire

**Et toi tu t'intéresses à tout ça ?**

Oui voila après je vais pas m'intéresser à TOUT en particulier, mais tout les codes, l'histoires etc.

**Tu sais pourquoi?**

Bah ca s'est fait naturellement la pop chez moi, nous à la maison la seule pop c'était Madonna, et c'était très rap, hip-hop tout ça. Donc je me suis fait ma culture pop toute seule avec internet etc.

---

## **II. La musique**

**Aimes-tu la musique ? Considères-tu que c'est un pan important de ta vie ? Depuis quand en écoutes tu ?**

Toute seule j'en écoute pas tant que ça, enfin j'écoute surtout avec ma famille. Toute seule je vais surtout écouter quand il y'a un album qui sort qui m'intéresse, mais quand je l'écoute c'est religieux, je pose tout j'arrête tout, je mets mes écouteurs et je me pose. Autrement j'en écoute pas trop seule.

**D'accord je comprends, et du coup comment tu expliques que tu aies différentes manières d'écouter de la musique, entre ces moments seule et ces moments avec ta famille ?**

Je sais pas, je vois ça comme de l'art, comme une œuvre d'art que j'apprécie seule. Après je découvre certaines choses en étant pas seule. Mais sinon je le savoure.

**Tu fais une différence entre les sons que tu écoutes comme ça religieusement et les sons que tu écoutes pour des moments de vie comme la douche ou le trajet ?**

Non pas forcément, une fois que je connais le son je peux l'écouter. Après il y'a certains albums, même si je les connais, je les écoute en faisant rien et j'apprécie juste parce que j'aime tellement l'album.

**Ca te procure quelque chose de particulier ?**

Surtout de la nostalgie, parce que c'est des albums de quand j'étais au collège ou au lycée en général.

**Est-ce que du coup la musique, en général, te procure des sensations particulières ? Qu'elles soient physiques ou émotionnelles ?**

Ça peut me prendre aux tripes, j'ai déjà pleuré en écoutant de la musique. Ça peut me faire du bien quand ça va pas trop, j'aime bien écouter de la musique triste qui va me conforter dans ma peine.

**Quels styles de musique écoutes-tu ? et qu'est ce qui te parle ? (paroles, prod, structure)**

J'ai des phases niveau musique, j'ai eu des phases rock, des phases rap même si j'en écoute plus trop j'en écoutais beaucoup avant. En général c'est vraiment la mélodie qui me plait, même si je peux apprécier aussi des paroles. J'aime bien écouter des artistes qui écrivent leurs propres paroles et c'est ce qui me touche le plus.

**Et comment tu choisis ces artistes, comment tu sais si tel ou tel artiste va te plaire plus qu'un autre ?**

C'est vraiment au feeling, c'est surtout des femmes quand même, à part la Kpop où ça n'a aucun sens, la Kpop ça m'a changée [rires]. Même au début en vrai dans la Kpop j'écoutais

que des filles, c'est arrivé après les garçons. En général les artistes masculins, pfff, m'emballent pas du tout, mais vraiment pas, y'en a quelques uns comme Bilal Hassani mais ça reste de la pop et c'est des personnes qui s'apparentent à certaines communautés.

**Tu me dis que tu préfères les artistes femmes, est-ce que ça te vient instinctivement ou est-ce que tu apprécies plus leurs paroles ? Ou autre chose d'ailleurs ?**

Ça doit être ça je pense, vu qu'on partage des choses, qu'on a des points communs, ça permet de ressentir une plus grande connection avec l'artiste et sa musique. Et aussi parce que je préfère les voix féminines.

**Tu as un commentaire libre sur la musique ?**

Alors oui avec ma mère, quand y'a un nouveau comeback, de NCT par exemple, elle regarde avec moi, je lui demande de m'attendre pour qu'on ai la réaction ensemble. Et même mon cercle, les gens que je côtoie maintenant c'est que des Kpop stans [rires]

**Et t'as déjà été fan d'artistes hors Kpop?**

[rires] Bah oui je suis fan de Lady Gaga depuis que j'ai 9 ans, je suis toute sa carrière, ses albums et tout; bon là je me suis un peu calmée. Sinon Charli XCX, Rina Sawayama, d'ailleurs t'as vu le concert est annulé là.

**Ouais j'ai vu ton tweet je suis dégoutée**

Ouais vraiment... Sinon ouais Bilal Hassani, Hillary Duff et les Pussycat Dolls; ah elles c'était mes premières idoles

**Et tu les as découverts comment ?**

Lady Gaga c'était vraiment par les médias, elle a été au Grand Journal et j'étais là "wow" alors que j'avais 9 ans je la trouvais incroyable. Après Charli XCX je suis tombée sur elle sur internet, Rina aussi parce que tout le monde parlait de l'album. Mais Lady Gaga ouais j'étais trop jeune pour aller sur internet. Après mes parents étaient cools [rires], y'a juste mon père qui voulait pas trop que je regarde le clip de "Paparazzi" parce qu'il disait qu'il était olé olé mais j'ai quand même été le voir. Mais sinon on s'est jamais moqué de moi "oh t'es fan de machin" parce que c'est pareil ma mère est fan de Vanessa Paradis depuis je ne sais combien de temps et mon père était fan de Snoop, 2pac et tout ça donc là dessus y'avait pas de problèmes.

**Ça veut dire que tous les deux t'ont un peu transmis leur passion de la musique, même si c'est de genres différents ?**

[rires] Ouais c'est ça, oui après, ma mère écoutait quand même du rap, et moi entre Snoop Dogg et Vanessa Paradis, j'ai trouvé Lady Gaga.

**Et dans ces *fandoms* là, comment tu manifestais le fait d'être fan, au-delà d'écouter de la musique ?**

Alors Lady Gaga, j'en ai fait des choses hein, y'avait des fanmeeting quand j'avais 10/11 ans sur Paris, et le mieux c'était de venir maquillé, habillé ou quoi; et donc du coup je me pointais déguisée en Lady Gaga avec ma mère qui m'accompagnait! Y'a des photos, il faut que je te les retrouve. Donc oui c'était ça. A l'école, tout le monde savait que si ça parlait de Lady Gaga c'était moi. Elle a même fait un réseau social, *Little Monsters*, et du coup évidemment j'étais dessus et ça a duré le temps que ça a duré.

**Ça consistait en quoi ce réseau social ?**

Bah c'était un peu comme tumblr, tu pouvais poster des messages, des photos et tu pouvais commenter; et elle aussi de temps en temps elle venait commenter, y'avait des chats aussi, c'était trop bien, trop cool. Maintenant elle partage un peu moins, c'est beaucoup plus calme, mais parce qu'on a grandi aussi, même elle, elle a vieilli.

**Et tu l'as vécu comment cette transition vers la diminution des interactions?**

Je l'ai bien vécu parce qu'entre temps j'ai découvert d'autres choses, d'autres artistes, parce qu'il y'a un moment où y'avait QUE elle, donc j'ai fini par aller voir ailleurs. Et puis quand on a 10 ans c'est super cool, mais après on grandit quoi.

**Tu sais pourquoi elle et pas une autre ?**

C'était un coup de coeur vraiment, tout le monde disait qu'elle était folle et moi ça me plaisait, elle sortait du lot quoi. Après j'ai aussi aimé à ce moment là d'autres femmes qui sortaient du lot comme Katy Perry, mais y'a jamais eu cette connection comme avec elle.

**Que des artistes pop féminines, pas de garçons quoi.**

Si enfin j'écoutais un peu les One Direction, j'ai un album d'eux par exemple, mais ouais nan j'ai pas eu de connection avec, du tout.

---

### **III. La KPOP**

**Alors maintenant, je voulais savoir entre Gaga et la Kpop, il y'a eu un laps de temps, donc comment as tu découvert la Kpop ? par quel biais ? quelle chanson ? quel album ? quel artiste ?**

La Kpop en vrai j'ai découvert quand j'étais au collège y'a eu Girls Generation. Je m'en foutais de la Kpop, j'aimais trop leurs chansons. Après je suis passée à autre chose; puis vers 2015 j'ai découvert BTS et Ikon, puis Blackpink quand elles ont debut là, j'étais au lycée je crois, avec "Boombayah" d'ailleurs. Et après, je suis vraiment tombée dedans quand y'a eu la chanson de Lady Gaga avec Blackpink, "Sour Candy" oh la la. J'avais déjà kiffé "How You Like That", j'étais Blackpink only. Puis j'ai découvert Mamamoo, j'ai écouté, puis j'avais ma playlist Kpop mais j'écoutais sans regarder les groupes. Après quand j'ai découvert Stray Kids, là c'est parti en vrille [rires]

**Et tu peux me parler de Stray Kids, pourquoi eux ?**

C'est le premier groupe de garçons de la Kpop que j'ai vraiment écouté, parce que même pendant ma playlist Mamamoo j'écoutais que des filles genre Loona, Jessi et tout. Mais Stray Kids je sais pas, de base c'est parce que j'ai vu Han dans une vidéo réaction de Mamamoo et je l'ai trouvé trop beau. Je crois que je connaissais déjà "God's Menu", et j'avais déjà vu "Back Door" parce que j'aimais trop la chorée où il font [bruit de porte] là comme ça. Après, je sais pas, j'ai eu un coup de coeur, ça a fait comme Gaga et ça je l'avais pas connu depuis dix ans.

**Du coup, j'ai deux questions en une mais qu'est ce qui t'as marqué dans la Kpop, et ensuite qu'est ce qui t'a marqué chez Stray Kids ?**

Moi ce qui m'a marqué c'est le spectacle, un peu comme Gaga en fait. Gaga elle a toujours dansé, fait des shows de ouf, des clips de oufs. J'étais pas déçue avec la Kpop, tu peux pas être déçue. Puis tu tombes dedans quoi, tu te lèves tu penses à la Kpop, tu manges tu penses à la Kpop, 'fin c'est très addictif. C'est fait pour être comme ça, du coup je culpabilise pas, 'fin c'est pas mauvais je fais de mal à personne.

**A part à ton compte en banque**

[rires] Ouais c'est ça, et celui de ma mère surtout [rires], elle a ses albums de Baekhyun et tout.

Mais oui chez Stray Kids, ce qui m'a marqué le plus c'est la *rap line*, ça rappe bien quand même, parce que pour quelqu'un qui écoutait énormément de rap à un moment, la Kpop c'était un peu ... nan Mamamoo aussi ça rappe bien, Blackpink ça VA, c'est pas les meilleures rappeuses mais ça va. Elles c'était plus pour le côté pop. Alors que Stray Kids y'a pas mal de rap, mais même tout, le son me plaisait, et j'ai pas craqué sur leur physique au début, enfin [rires] à part Han je le trouvais magnifique mais tu vois le groupe je pensais même pas à ça.

Après t'es là tu regardes des vidéos, des interviews et tu te dis "ah il est trop mignon, trop drôle hahaha", tu vois. Mais la musique surtout, quand j'ai écouté *In Life*, que j'ai entendu "The Tortoise and The Hare", je me suis dit wow, c'était trop incroyable.

**Est-ce que tu avais des a priori ? si oui lesquels ? sinon saurais tu expliquer pourquoi**

Nan du tout, moi j'étais pas du genre à avoir des a priori sur les trucs comme ça. Tu sais les gens vont dire "oh c'est pour les petites ados en puberté là", c'est POUR ça, pour moi c'est fait POUR ça, pour ce public, c'est ce public qui doit être touché quoi. Mais j'ai jamais eu d'a priori je me suis jamais dit les fans sont folles ou quoi. Le seul truc sur lequel j'avais des a priori, alors si oui voilà, c'était leur capacité à chanter; parce que tu vois des gens danser comme ça, on va dire ils sont beaux, tu te dis c'est pas possible qu'ils savent chanter. Et aussi, l'écriture, je me disais "ouais ils font rien c'est des robots", enfin pas d'une façon négative, je me disais juste que c'était comme ça. Enfin voilà c'est comme tout, c'est un business

**Justement, en parlant de business, comment tu décrirais la Kpop ? ce monde?**

Déjà c'est hyper particulier je trouve, je retrouve pas ça hors Kpop comme façon de faire, ce qui est vendu aussi. Le truc qui m'a le plus surprise c'est l'album, quand t'ouvres un album. Quand j'ai eu mon album de Blackpink, j'ai eu plein de trucs dedans quoi c'est fascinant.

**Tu penses à l'album matériel directement quand je te demande de définir la Kpop, ça a une place importante ?**

Ah mais oui vraiment, tu fais comme NCT par exemple et tu mets qu'une pc (ndlr : photocard) dans l'album tu te fais insulter. [rires]

**Comment ça marche tout ça ? Tu pourrais expliquer pour un.e novice ?**

Alors on va prendre un exemple, imaginons NCT sort un album, généralement il y'a plusieurs versions, avec des photocards différentes, donc c'est des petites images des membres. Et quand on ouvre l'album on sait pas sur qui on va tomber, et on peut collectionner par exemple un membre, ou plusieurs membres; et on peut aussi ne pas collectionner d'ailleurs.

**Et toi tu collectionnes ?**

Oui je collectionne quelques membres. Stray Kids je collectionne pas vraiment, j'ai mes pcs et je les garde quoi. Après y'a ces deux là, Haechan et Taeil je les collectionne activement.

**Pourquoi tu ne collectionnes pas Stray Kids alors même que c'est ton groupe préféré ?**

Parce que je me vois pas choisir un membre, et je me vois pas acheter 36 000 pcs ou quoi, je reste avec ce que j'ai. J'ai déjà échangé du Stray Kids contre du Stray Kids, genre si je vois que j'ai une pc et que quelqu'un la cherche pour échanger, je le fais.

### **Tu les trouves où ces échanges du coup?**

Sur Instagram. On a des comptes d'échange et de vente aussi parfois, pour s'échanger nos membres préféré.e.s, pour s'aider avec nos collections. Qu'est ce que je peux dire de plus. C'est marchand.

### **Ça m'intéresse vraiment ce côté marchand parce que c'est la première chose que tu m'as dite en parlant de Kpop.**

Mais oui c'est une industrie comme une autre, le but c'est aussi de faire de l'argent et de vendre des produits. Ils font pas *debut* je ne sais combien de groupes par an pour le plaisir de la musique, y'a un but commercial. Et ça j'en ai conscience, j'ai assez de recul pour le dire.

### **Et t'en penses quoi de ce paradoxe entre ta passion pour la musique comme un art mais en même temps l'idée très marchande et purement commerciale que tu me décris?**

Bah parce que ça n'empêche pas de faire de la bonne musique. Ça peut être un business et être super marchand mais ça n'empêche pas que la musique est bien. Justement j'aime trop la musique pour me dire "ah nan j'ai des principes, j'ai une morale, j'ai des valeurs, je vais pas écouter parce que c'est un business gnagnagna". Même Lady Gaga c'était un business aussi malgré tout, je l'ai vécu, vouloir nous prendre des sous toutes les deux semaines à vendre des trucs, des pulls moches, donc ça, ça va je le vivais déjà un peu.

### **Tout ce merchandising, d'objets avec le visage des artistes, ça t'intéresse ?**

Ah oui moi j'ai toujours aimé ça. C'est ma façon de m'exprimer en tant que fan je pense. Montrer que j'appartiens à ce fandom. Après j'ai des t-shirts NCT Dream je les mets en pyjama, je sors pas avec, mais quand même je suis contente de le porter, c'est ma façon de le montrer. Quand je dis "façon de montrer" c'est pas dans le sens "ah moi j'ai ça toi tu l'as pas", c'est juste que moi c'est comme ça que je prends du plaisir. C'est pour ça que la Kpop ça me va très bien, moi je suis quelqu'un qui aime consommer tout ce qui est merchandising.

### **Il y'avait déjà une idée de collection avant la Kpop, avec Lady Gaga par exemple ?**

Alors j'ai toujours été un peu collectionneuse, je collectionnais tous les magazines dans lesquels elle apparaissait, genre même si c'était un tout petit encart dans un magazine public.

**Je faisais ça avec les One Direction aussi [rires], j'avais un *binder* spécifique avec les magazines.**

Ah moi c'était une boîte, c'était la "Gaga Box", y'avait les magazines mais aussi les trucs que je faisais moi-même. C'est bien qu'on nous ait laissées faire nos conneries comme ça, c'est mignon.

**Et tes collections, elles sont dans un endroit spécial dans ta chambre ?**

Oui, elles sont sur une étagère, je mets tous mes albums, je les pose. Y'a aussi une case avec tous mes trucs pour *pack* là, y'a du *washi* et tous mes *binders*. Et mes murs sont en train de se remplir de trucs Kpop.

---

#### **IV. Twitter, les cercles de sociabilité**

**Maintenant je voulais savoir si t'étais sur Twitter, et ce que tu fais dessus.**

Déjà je suis sur Twitter depuis Février 2010 je crois, j'avais mon premier compte à 10 ans ouais, c'était pour suivre Lady Gaga de base. Je traduais ses trucs avec Google Traduction, mais personne me suivait j'avais genre 20 abonnés, c'était surtout pour voir les trucs de Lady Gaga. Après je me suis un peu éloignée, enfin j'étais sur Twitter mais pas spécialement dans un fandom, je montrais que j'étais fan de Lady Gaga mais j'étais plus sur le *local twitter*.

**C'est quoi le *local twitter* ?**

C'est des gens qui sont un peu fans de rien, ou qui du moins le montrent pas. Ils vont pas parler de leurs idoles préférées ou quoi. Et y'a une grosse différence entre les deux quand même, et encore plus avec le Kpop stan twitter. Parce que même si j'étais *local* et que j'avais ma tête en pp j'avais quand même un pied avec Lady Gaga, j'étais *mutu* avec des fans à elle et je voyais ce qu'il se passait. Je voyais déjà que c'était la jungle, je sais même pas comment dire, au début c'était assez tranquille et après j'ai l'impression qu'il y'a eu un shift au moment où les Kpop stans sont arrivées. Quoi que non même le *local twitter* est devenu violent en fait, peut-être parce que d'un coup y'avait plus de monde dessus de manière générale ? Je sais pas. C'est devenu dur Twitter, si on se protège pas, ça fatigue.

**Pourquoi ça te fatigue ?**

Parce que les gens sont là ils s'embrouillent pour rien pour des histoires de groupes, ça me fatigue. Même avec Lady Gaga, les fans s'embrouillaient avec celles de Katy Perry. Si, voila

en fait en 2013, les fans de Lady Gaga et de Katy Perry arrêtaient pas de s'embrouiller mais ça allait pas aussi loin que ça allait maintenant, ils disaient juste "flop" mais pas d'aller se suicider tu sais.

### **Pour toi, qu'est ce que la *stan* culture ? le *stan* twitter ?**

Pour moi c'est une communauté, j'ai vu des gens qui étaient pas d'accord sur ce terme de communauté mais pour moi c'en est une parce qu'on est tous là en aimant la même chose. Il y'a quand même ce sentiment d'appartenance, on se reconnaît vraiment entre nous, on va se dire "ah elle elle a une pp Changbin, ah bah moi j'aime Stray Kids aussi" enfin voilà, c'est une communauté le Kpop Stan Twitter. Après y'a des gens qui font connaissance s'apprécient, et inversement. Moi y'a des @ que je vois parfois je souffle, je lis même pas le tweet, je sais qui c'est donc pfff.

### **Tu me dis que c'est une communauté mais alors quels sont les codes ? Comment on se reconnaît ?**

Avec des photos de profil, c'est surtout ça pour moi. C'est comme ça que je reconnais un Kpop stan. Y'en a qui en ont pas et qui en ont rien à faire hein, mais on les reconnaît pas de suite. Après avec les tweets on se reconnaît forcément, vu les sujets qu'on évoque; mais oui pour pour la première reconnaissance c'est la photo de profil.

### **A quoi ressemble ton compte en termes de visuel (layout), comment le choisis-tu ? Qu'à tu envie de démontrer avec ce layout, quelle image tu veux renvoyer ?**

Alors moi je change de photo de profil tous les jours j'avoue. Mon compte est assez vide en vrai. On peut deviner que je suis Kpop stan mais jsuis pas trop démonstrative. Mon header est noir déjà.

### **Et tu mets qui en photo de profil ?**

Je mets des gens de Kpop beaucoup, j'ai mis une fois Gaga mais ça a duré quelques heures et y'a pas le même accès à des photos de profil par rapport à la Kpop

### **Tu les trouves où ces photos alors ?**

Sur Pinterest ou Tumblr parfois quand j'ai fait le tour de Pinterest; mais Tumblr tu fais le tout vite aussi. C'est vide maintenant c'était le truc de notre génération ça, maintenant ils utilisent plus les petits.

**Comment as tu été amené.e à te retrouver sur le stan twitter, raconte moi tes débuts, ta découverte / prise de contact avec cette partie du réseau social.**

Alors franchement je sais plus. Déjà je suis allée suivre des gens de Kpop, et j'ai pas changé de compte. Parce qu'il y'a des gens qui changent de compte parfois, ils en font un nouveau pour être Kpop stan, moi j'ai gardé mon compte. Je sais pas trop comment ça s'est fait, j'avais même pas de Kpop stans dans ma TL de base. Je suis allée suivre les comptes officiels, après des comptes photo et tout ça; après ça a dû apparaître dans ma TL. Ah si quand y'a eu le soir des Grammys, BTS et Lady Gaga. C'est là que j'ai rencontré Lindsay (ndlr : sa meilleure amie rencontrée sur Twitter, amie en commun).

**Pour revenir au choix du compte, comment t'as sélectionné ton username toi? Ça signifie quelque chose ?**

Je suis trop nulle pour trouver les trucs comme ça moi, mais oui là il signifie quelque chose c'est un mélange de NCT et Stray Kids parce que c'est ce qui me représente le mieux en tant que Kpop stan. Après si les gens connaissent pas du tout NCT et Stray Kids, ils vont pas se dire "ah c'est une fan de NCT"

**Et tu follow que des fans de NCT et Stray Kids ou y'a une plus grande diversité dans tes abonnements ?**

Franchement j'en suis pas beaucoup parce que c'est vraiment des fandoms que j'aime pas, mais je suis aussi d'autres gens, j'ai une *mutu* qui stan EXO par exemple.

**C'est quoi une *mutu* ?**

C'est quelqu'un qu'on suit et qui nous suit en retour. On se suit mutuellement, mutuals, mutu

**As-tu des mutus ? deviennent-ils des amis ? potes ?**

Oui j'ai des mutus, y'en a que je vais considérer comme des amis mais en soi je peux pas dire des gens que je connais depuis trois mois et que j'ai jamais vu de ma vie je vais pas dire c'est des amis. Je sais pas trop, mais peut-être qu'à 14 ans tu te dis que oui c'est tes amis, mais à mon âge non. Après y'en a que je considère comme pote quand même et que j'ai rencontré en étant mutus. Par exemple le gc carotte là je leur parle mais je les considère pas comme des amis.

**C'est quoi un gc ?**

C'est un group chat, un groupe où on parle d'un intérêt commun, genre c'est un gc Stray Kids

### **Justement, vous parlez de quoi dans ces gc et en général?**

Ca va dépendre, y'a des soirées où on fait des *spaces*, donc c'est des espaces où on parle tous ensemble (ndlr : une fonctionnalité twitter développée en 2020), donc on peut parler de tout, d'histoires sur Twitter mais aussi de parler de nous, de nos vies, c'est ce que je préfère plutôt que de parler d'autres groupes. J'aime quand quelqu'un annonce une bonne nouvelle, ou dit ça va pas, ça nous rend humain, on n'est pas juste des icônes avec des *carrds*.

### **Les *carrds* ça se fait beaucoup?**

Dans la Kpop ça se fait beaucoup, en dehors j'en ai jamais vu.

### **Et à part les gc et les *spaces*, quelles sont tes pratiques sur Twitter ? Comment es-tu active ? De quoi parles-tu ?**

Je peux tweeter tout et n'importe quoi, genre "oh j'arrive pas à dormir, je pense trop à Haechan", du coup ça amène deux trucs : ça amène ma vie personnelle parce que j'arrive pas à dormir mais ça amène aussi la Kpop avec l'humour; en fait ouais c'est beaucoup de Kpop mais pas dans le sens de lâcher des informations en mode "attention demain comeback". C'est juste que je tweet ce qui me passe par la tête, ou les trucs que je vois je réagis, j'ai pas de ligne éditoriale, à part parler d'Haechan.

### **Par rapport à ce que tu observes, tu vois que les gens font comme toi aussi?**

Ca dépend de chacun, y'en a qui s'étalent pas trop et qui parlent que de Kpop, y'en a qui tweetent moins aussi, moi je tweete beaucoup, je suis une grosse tweeteuse, des que je pense un truc je le tweet, c'est pour ça que je suis en privé, je veux pas me prendre de sauce. J'aime bien être en privé, surtout que je vais commencer un nouveau travail. J'ai des phases, avant j'aimais bien être en public, maintenant j'aime bien en privé.

### **Tu sens une différence entre avoir son compte en privé et en public ?**

Ouais, avant un moment j'étais en public toute la journée, mais avant d'aller dormir je me mettais en privé parce que j'avais peur qu'au réveil quelqu'un me tombe dessus par rapport à ce que j'avais dit. Le problème avec les fans de Kpop c'est qu'ils sont trop susceptibles, c'est trop facile de les énerver alors que t'as rien dit, t'as juste un avis, ils peuvent être sans pitié. J'ai pas envie de me réveiller avec des messages qui me font pas plaisir, même si c'est un écran. Moi je m'en fiche, mais ça reste quand même des personnes derrière un écran. Ouais la flemme, mais maintenant ça va personne me calcule sur Twitter.

### **Il y'en a souvent des sauces et des problèmes?**

Ah tous les jours, y'en a qui adorent ça, qui cherchent tout le temps à énerver les autres, à les piquer, je comprends pas. Les tweets que je fais qui peuvent vexer c'est jamais insultant, après je suis en privé maintenant donc ça risque rien, mais par exemple Yeonjun de TXT je vais dire "oh ce tiktokeur, qu'il retourne faire des tiktoks", mais tu vois c'est pas méchant j'ai rien contre lui, c'est juste parce que j'en peux plus. Y'a des problèmes tous les jours pour des trucs nuls. Genre Stray Kids et Ateez avec les Stays et les Atinys là, généralement c'est des petits trucs ça va quoter des trucs randoms; mais parfois c'est des mythos. L'autre fois y'a eu des rumeurs comme quoi les Stays s'étaient moquées de l'anxiété de Mingi (ndlr : membre d'Ateez) alors que c'était des faux comptes à 0 abonnés c'était même pas des Stays. Les Atinys avaient répondu en mode "vous êtes culottées alors que Chan (ndlr ; membre de Stray Kids) c'est pareil. Les Kpop stans sont hypocrites, méchants, et vicieux. J'aime pas les Kpop stans, en tout cas sur Twitter, parce que parfois en vrai c'est des coeurs.

### **Et c'est spécifique à la Kpop ?**

Ah oui! Parce que Lady Gaga ça sort des arguments et c'est entre gros comptes. Alors que la Kpop ça tweet des trucs de merde sur le physique et tout. En général y'a des tweets qui me font souffler, je vois des tweets j'me dis "oh ça va faire des problèmes". Ça me saoule, pour moi le Kpop Stan c'est le pire endroit du monde. Genre là je suis bien avec mon petit compte privé et mes mutus.

### **Là tu me parles du négatif et des problèmes, il y'a aussi du positif ou c'est pas ce que tu retiens?**

Oui non, effectivement je parle du négatif parce que ça me saoule et que je suis lancée, mais y'a aussi beaucoup de positif, c'est une plateforme qui te permet d'échanger avec d'autres fans et j'ai toujours aimé ça. C'est bien quand ça se passe bien en fait. Twitter serait le paradis si les gens n'étaient pas aussi virulents. C'est aussi chouette pour les informations, parce qu'effectivement y'a des comptes persos parfois avec des gens qui vont en insulter d'autres, mais à côté de ça y'a des comptes de traduction.

### **Fais tu partie d'une fanbase ? Tiens-tu un compte fanbase ou un compte fan ? à combien d'abonnés ?**

Alors oui j'ai créé un compte fan pour Stray Kids et NCT, Stayzenfiles, et j'ai aussi créé un compte pour Felix (ndlr : membre de Stray Kids) qui danse, parce qu'il avait fait un Tiktok drôle où il bouge ses fesses, après c'est un peu tombé aux oubliettes parce qu'on a vite fait le tour. J'avais essayé, mais c'était un flop monumental, ça s'appeller LoveStayFR où je voulais mettre en relation des Stays pour s'aider mentalement et tout, je voulais que ça soit des personnes plus vieilles ou plus matures qui pourraient accompagner les plus jeunes dans ses questionnements ou qui auraient pu avoir du mal. En voyant les problèmes je me disais qu'il

devait y avoir des jeunes qui en avaient besoin. J'ai vu PLEIN de gens qui voulaient aider hein, mais personne pour se faire aider donc ça a été un flop.

J'ai aussi un compte privé privé avec 0 abonnés et tout. Après je considère déjà mon compte principal comme mon journal intime, moi j'ai pas trop de truc d'intimité, ça me dépasse un peu, j'ai jamais été très intime avec ce que je pense, ce que j'aime, ma mère je lui raconte tout, j'ai pas trop de jardin secret. J'ai pas peur de dire les choses, après oui y'a des trucs que je dis pas, mais de manière générale je suis assez honnête.

**Penses-tu que Twitter soit un gros berceau de socialisation autour de la *stan* culture ?  
Donne moi ton avis, tes impressions libres ?**

Pour moi y'a un truc particulier avec la Kpop que j'avais pas avec Gaga, c'est que elle on l'a toujours vannée entre fans, genre "là elle abuse, ah ca c'est nul" etc. On la vannait mais c'était pas méchant, c'était affectueux. Moi quand je suis arrivée sur le Kpop Stan Twitter je voyais qu'on avait pas le droit. Par exemple Chan je trouve qu'il rappe mieux en anglais qu'en coréen, mais si je le dis sur Twitter on va me faire dire des trucs que j'ai pas dit. Par contre, ça c'est vachement avec les Stays, parce qu'avec les NCTzens, tu peux vanner NCT tous les jours, ça dépend des fandoms. Après je me dis c'est peut-être une façon de se protéger parce que je vois pas mal d'attaques envers Stray Kids, genre vraiment méchant, pas forcément de la musique ou quoi; ou alors ils sont devenus méchants à force de se faire attaquer sur leur groupe donc maintenant un truc anodin peut être reçu comme un truc méchant. Je pense que c'est pareil pour les Armys aussi. C'est mon analyse en t'en parlant là, ça m'est venu, mais j'y avais jamais réfléchi. A force d'en prendre plein la tronche tu prends tout mal quoi, c'est humain de devenir susceptible.

---

## **V. Cercles sociaux élargis**

**As tu rencontré des ami.e.s Kpop stan en vrai après Twitter ? As-tu une relation différente avec eux que d'autres amis? des manières d'être particulières ?**

Déjà j'ai commencé avec Lindsay.

Enfin non, j'ai rencontré des gens à l'époque de Charli XCX parce qu'on se voyait tout le temps en concert, c'était vraiment une petite communauté. On se connaissait quasiment tous. Après Kpop Stan Twitter, j'ai rencontré Lindsay, elle est fan de Stray Kids et de Lady Gaga donc déjà ça nous a direct fait accrocher, et un moment on a décidé de se voir mais elle est directement venue chez moi pour passer quelques jours. On a eu un feeling comme ça, maintenant on se quitte plus, elle vient souvent, on s'appelle tout le temps. Après je t'ai rencontré toi et d'autres personnes, Pile et Alex; mais aussi Aïsha par l'intermédiaire de

Lindsay. Mais après t'as vu on n'a pas du tout parlé que de Kpop quoi, on discute de tout et de rien. C'est sur qu'on s'est mises à parler parce qu'on étaient fans des mêmes choses, on aurait jamais commencé à parler si on avait pas les mêmes idoles, donc forcément ça crée du lien les fandoms. Après là y'a des âges différents, on a pas tous le même âge.

**Tu vas agir différemment selon les âges des gens? Et tu vois la différence avec les gens plus jeunes dans vos interactions?**

Oui bien sur je ne vais pas aller draguer des mineur.e.s [rires]. Non mais plus sérieusement, quand on doit parler de choses plus sensibles je vais plus aller en parler à toi ou Mari qui ont mon âge, qu'à des gens du gc qui ont 15 ans c'est évident. Après je vois pas toujours la différence parce que quand on parle de Kpop, on voit pas, on s'en fout quoi.

**Est-ce que tes amis venus de Twitter sont différents de ceux rencontrés dans ta vie quotidienne ?**

Oui forcément parce qu'on va pas parler des mêmes choses, par exemple on va parler des histoires de cœur de Twitter, parce que c'est des gens en commun qu'on connaît. On va parler de mutus. Après Lindsay je parle de tout avec elle, on parle tellement tout le temps que je sais que le plombier vient chez elle quoi, on a l'habitude de se raconter notre vie même les trucs inutiles. Mais même, j'ai remarqué que [rires] j'ai plus trop de potes, mon pote proche est parti en Angleterre pour les études. Mon meilleure pote est pas Kpop stan mais qu'est-ce qu'il bouffe de la Kpop, il aime trop voir, il me demande de regarder les clips, il veut voir mes pcs. Je le force pas à aimer la Kpop mais parfois il kiffe, l'autre fois bourré il m'a envoyé qu'il écoutait "Back Door" et que ca lui donnait de la force. Ou quand ma famille vient on met de la Kpop, parfois mon cousin dit à son père "tu vois qu'il y'a du travail derrière". Il y'a tellement de talents dans la Kpop qui ne sont pas appréciés à sa juste valeur alors qu'ils sont incroyables, rien que Taemin.

**C'est trop bien ça!**

**Et pour revenir sur les ami.e.s Kpop stans, que faites-vous ensemble quand vous vous voyez ? Avez-vous des activités spécifiques ?**

Ouais on va boire un bubble tea!! [ironique] [rires] non. Bon on va à Musica parce que Lindsay n'habite pas à Paris donc elle va acheter ses albums ici mais sinon non. Quand je vous ai vues avec Pile on a juste été manger et boire un verre quoi, tu m'as demandé qui j'avais comme pc derrière mon téléphone au bout de 30 minutes mais bon [rires].

**Quelque chose que nous n'avons pas évoqué sur lequel t'aimerais rebondir ?**

Je sais pas non, je pense qu'on a fait le tour.



## Annexe 4 : Entretien N°3, Mila

**11 Janvier 2022**

### Avant propos :

Mila étant une amie rencontrée sur Twitter, la discussion peut parfois être dans un registre courant.

L'entretien a dû être fait à distance.

**Pour commencer je te remercie d'avoir accepté de faire cet entretien et d'accepter de me parler de toi pour faire quelques analyses sur les Kpop stans, leurs pratiques et leurs utilisations des réseaux sociaux.**

**Pour te remettre en contexte, je suis en Master 2 de Management des industries culturelles et je fais mon mémoire sur le stan twitter car je me suis dit que j'allais travailler sur quelque chose de proche de moi, qui allait me passionner. Du coup, je voulais aborder le point de vue communicationnel et sociologique du stan twitter, c'est à dire comment se créent des réseaux de sociabilité mais aussi comment on agit nous sur ce stan twitter. Ne pouvant pas me baser sur ma propre expérience, je voulais discuter avec d'autres personnes de ce milieu. Maintenant je vais te laisser la parole et te poser quelques questions.**

---

### **I. Présentation de la personne**

**M.F : Présente-toi en quelques mots, dis moi qui tu es.**

Mila : J'ai 20 ans, je m'appelle Mila, je suis étudiante et l'une de mes grandes, si ce n'est "ma plus grande" passion, de manière positive, c'est la Kpop.

**Tu m'as dit que t'étais étudiante, tu fais quoi?**

Je suis en école de com', dans le digital.

**Et tu m'as parlé directement de Kpop en me disant le mot "passion", je voulais savoir si pour toi c'en était une ? et comment tu la vis ?**

En fait, j'ai du mal à expliquer; quand on me demande c'est quoi mes passions j'ai tendance à dire la Kpop parce que c'est quelque chose qui est dans ma vie quotidiennement maintenant. Je considère ça comme une passion parce que c'est quelque chose dans laquelle je suis impliquée, ça va au-delà de la musique ou de regarder des petits trucs par ci, par là. Tout le

monde n'est pas comme ça, mais moi je vais regarder tout ce qu'ils font, regarder tout ce qu'ils font et ce qu'ils sortent. C'est une passion parce que ça me prend du temps, de l'argent.

---

## **II. La KPOP**

### **Alors, comment as-tu commencé à te passionner pour la Kpop justement ?**

Alors c'est venu par mon meilleur ami qui lui était dans la Kpop grâce à sa copine. Et là il m'a dit "t'sais quoi Mila, pour te faire chier je vais te mettre dans la Kpop" et je me suis dit "mais MOI? jamais". Moi à la base j'écoute du rap français et américain, enfin c'est pas mon style la Kpop. Il s'est acharné, il m'a travaillé pendant 6 mois. Ça a été petit à petit, au début j'ai enregistré un son d'ailleurs c'est "The 7th Sense", en tant que fan de rap je me suis dit "mais ça slap trop tu vois". Du coup il m'a un peu travaillé en me mettant ce son là, ce son là, et comme tous les jours on était ensemble, du coup il me mettait tous les jours des musiques, et au bout d'un moment j'ai craqué et c'était sur "Fancy You" de Twice. C'est là que j'ai commencé. J'avais déjà été un peu dans la *stan culture* avant mais pas à ce point là.

### **C'est à dire ? c'était quelle *stan culture* ?**

C'était dans mon coin, parce que je suis arrivée sur Twitter qu'en 2017, mais ma première expérience de stan c'était au collège avec Teen Wolf. Dylan O'brien c'était un de mes *ults*, j'étais vraiment très très fan de cette série mais aussi de lui et de tout ce qu'il faisait, ses films, ses promos etc. Ça a suivi avec d'autres personnes, mais c'était surtout eux ma première expérience. J'étais tellement fan que j'ai vu et lu les trois *Labyrinthe*.

### **Donc tu m'as dit que tu avais découvert la Kpop avec "Fancy" mais je voulais savoir comment ça a continué ? Là visiblement tu es dans d'autres fandoms.**

En fait, vu que mon meilleur pote me faisait écouter pas mal de groupes, au début il m'a fait écouter BTS, c'est le premier groupe que j'ai *stan*, même si j'ai *unstan* par la suite. Il m'a un peu fait écouter des trucs par ci par là, il me mettait ce qui venait de sortir, à ce moment là c'était "Superhuman" de NCT. Quand il a vu que j'étais réceptive et que j'étais un peu dedans il m'a plutôt fait écouter les trucs que lui aimait. Naturellement, avec ce qu'il m'a fait découvrir, moi j'ai fait mon chemin personnel avec ce que j'aimais vraiment.

### **Comment as-tu su ce que t'aimais vraiment ? Comment as-tu trouvé ton style ?**

Je pense que j'ai pas eu vraiment le temps de me chercher dans la Kpop parce que le groupe qui me correspond le plus dans la Kpop c'est NCT, et c'est limite si y'a pas qu'eux. Je suis arrivée dans la Kpop vers mi-mai 2019, et déjà en juin je commençais à stan NCT. Vu que mon

pote m'avait fait écouter c'était hyper naturel pour moi parce que j'ai écouté ça, puis ça puis ça et je suis tombée dedans.

### **Est-ce que tu avais des a priori sur la Kpop toi ?**

En fait, j'avais des a priori des Kpop stans sur Twitter, parce que j'avais pas de Kpop stans autour de moi à part mon meilleur ami qui lui n'était pas sur Twitter tu vois. Donc on va dire que l'a priori que j'avais était négatif mais sur les fans, je trouvais qu'ils criaient trop sur Twitter pour pas de raison. Par contre j'avais pas d'avis négatif sur le fait de stanner un groupe quoi parce que bon j'étais mal placée pour parler j'étais fan de Nekfeu [rires], ça me choquait pas quoi, juste je connaissais pas. Je trouvais que certaines fans étaient extrêmes mais en fait comme partout. Là tout le monde dirait "là elle abuse tu vois".

### **Tu veux dire quoi par extrême du coup? Que je comprenne où tu te situes?**

On va le dire directement, du harcèlement en gros. Je vais remettre dans le contexte; quelqu'un va faire un tweet sur un avis sur un groupe ou un membre, y'a des gens de ce fandom là qui vont venir harceler la personne pour peu alors que souvent la personne a été objective. Parce que ça touche à leur groupe, les gens vont être d'une agressivité exagérée.

### **Et tu as remarqué ces dérives particulièrement chez certains fandoms ?**

Alors y'en a un peu partout, et je connais pas tous les fandoms mais ceux qui sont plus propices à ça c'est les Armys, les fans de BTS, après ils sont plus nombreux donc forcément ça ressort. Et les Blinks aussi, les fans de Blackpink, c'est deux fandoms vraiment effrayants. Moi j'en ai pas eu beaucoup dans ma TL, mais du peu que je vois ça part. Je trouve que les *Girl Groups Stans* se permettent de dire des trucs que les *Boy Groups Stans* ne diraient pas, juste parce que, je pense, c'est des femmes. Vu que c'est des hommes, on peut se permettre de critiquer alors que des femmes on dit rien.

### **T'as l'impression qu'il y'a une vraie différence de comportement entre les fans de groupes féminins et les fans de groupes masculins ? Je veux juste avoir ton ressenti, il y'a pas de bonne ou de mauvaise réponse c'est subjectif.**

En fait, moi c'est de ce que j'ai pu voir. Je prends mon exemple, si je critique un son de groupe de fille, ça va m'attraper, alors que si c'est l'inverse les gg stans vont se permettre de dire des trucs vraiment hyper irrespectueux. Quand j'ai eu ma sauce avec Stayc là, Stray Kids s'en sont pris plein la gueule pour pas de raison, en mode "c'est de la merde!!", alors qu'en soi j'ai juste dit que je préférais le son de Stray Kids, y'a rien quoi. Les *Girl Group Stans* se permettent trop de choses.

### **Tu veux bien me réexpliquer tout ça, cette histoire de sauce, de Stayc, de Stray Kids ?**

Un jour j'ai fait un tiktok avec un audio où des sons passaient et on devait dire si on *skippait* ce son ou si on le *play*. Y'a un son de Stayc qui est passé, "Stereotype", qui est un son hyper connu dans la Kpop, on n'entendait que ça, au début j'aimais bien, très mims; mais après j'en avais marre de l'entendre, donc j'ai dit que je ne l'écoutais tout simplement pas. Après il y'a eu "Thunderous" de Stray Kids, que j'aimais bien donc j'ai mis *play*. Stray Kids sont connus pour faire de la musique "bruyante", c'est pas très calme disons; et en fait y'a pleins de fans de Stayc qui sont venu.e.s, je saurais pas dire si c'est du harcèlement ou pas, mais c'était très grave. J'avais rien dit, j'avais juste dit que je n'écoutais pas de moi-même et on m'a attrapé comme si j'avais tué leur daron alors que j'avais rien fait. Ces fans ont vu que j'avais mis *play* à Stray Kids et ils disaient "nan mais regardez c'est normal, elle écoute Stray Kids", oui ça s'appelle des goûts musicaux. C'était un tiktok à la base et je me suis retrouvée sur Twitter parce que quelqu'un a fait un hit tweet, donc un tweet qui a buzzé, avec 10k de likes, sans même que je sois au courant parce que je travaillais. Les filles m'ont appelé et elles m'ont dit "mais Mila t'as pas vu sur Twitter?", "bah nan j'ai pas vu y'a quoi", "mais Mila t'as raté". Du coup ça a été très très très loin; au début j'ai juste supprimé les commentaires du tiktok et après les gens ont commencé à en parler, et j'ai mis en privé parce que ça m'a saoulé.

**Les remarques que tu recevais c'était plutôt sur Stray Kids, donc un groupe que t'aimes bien, ou plutôt des remarques personnelles ?**

C'était les deux, au début c'était juste sur Stray Kids, alors que c'est un groupe que j'aime bien mais c'est pas non plus celui que je *stan*, même si je les aime beaucoup. Quand ça critiquait Stray Kids je le prenais même pas personnellement. Mais j'ai pris des trucs genre "OMG red flag, comment on peut avoir des goûts comme ça", et là ça me touchait, comme si j'étais une pauvre merde tu vois. On m'a fait comprendre que mes goût étaient dégueulasses. j'ai eu plein d'autres trucs personnels genre ableistes "ouais faut l'interner". enfin il faut doser quoi.

**T'as jamais été sur d'autres *stan twitter* avant la Kpop du coup?**

C'est ça, en fait j'étais sur le *local twitter* à la base, mais nan.

**Et tu t'es déjà considérée dans des fandoms? Tu as déjà été sur d'autres réseaux pour parler de ce dont tu étais fan ?**

Je sais que pour Teen Wolf j'avais des amis qui regardaient aussi donc on s'envoyait entre nous mais c'était dans mon coin avec mes potes, on était pas sur des réseaux. Après pour Nekfeu, que je considère stanner comme la Kpop, c'était au collège, et j'avais Instagram, je suivais des comptes fan, c'était l'époque où il était actif sur les réseaux sociaux, mais j'en parlais qu'avec des potes comme ça. C'est pour la Kpop que j'ai été direct sur le *stan twitter*, vu que j'étais déjà beaucoup sur Twitter.

**Justement, qu'est ce qui t'as marqué dans la kpop pour que tu t'investisses dedans ? la musique ? la danse ?**

Ce que j'aime bien c'est le fait qu'on apprend vraiment à connaître les personnes, qui ils sont, comment ils se comportent, même si c'est des artistes et qu'ils ne montrent pas tout forcément. Mais c'est beaucoup plus poussé que les artistes *western* qui vont poster tous les trois ans ou sortir un album tous les trois ans comme Post Malone. Là dans la Kpop t'en as qui font des albums tous les six mois, ce que j'aime c'est l'activité en fait. Y'a toujours un nouvel album, du nouveau contenu, des nouvelles photos, en fait c'est un engrenage y'a toujours un truc, t'aimes bien les contenus donc t'aimes bien la musique, t'as ça puis tu regardes une vidéo, puis une autre, puis tu achètes, tu *trade*, tu collectionnes.

**Ok je vois, du coup dans tout cet engrenage là tu m'évoques la collection, je voulais savoir comment ça se manifeste, ce que c'est ?**

Moi depuis que je suis vraiment jeune, j'ai toujours aimé collectionner des trucs. Je me suis rappelée de ça y'a pas longtemps d'ailleurs, avant Auchan faisaient des collections de cartes Toy Story, et je suis très fan de Toy Story, et ma mère m'emmenait à Auchan pour que je puisse collectionner toutes les cartes. Bon bref, dans la Kpop c'est pareil en fait, on achète des albums de musique, sauf que dedans y'a pas juste un CD y'a pleins de sortes de goodies. Et le truc qu'il y'a tout le temps c'est les photocards, donc c'est des petites photos, c'est aléatoire et c'est un seul membre. Et ce qui se fait beaucoup dans la Kpop c'est de collectionner ces photocards! Donc on a des pc d'album mais aussi des *non-album*, mais ça c'est autre chose. Moi quand on m'a appris ça je me suis dit "putain mais c'est un truc de fou", j'ai trouvé ça tellement dingue, enfin le marketing est incroyable, je me suis dit "mais normal que les gens tombent là-dedans. Et je suis tombée dedans, j'ai commencé à collectionner en achetant des albums, puis après j'ai voulu trade. J'ai pas fait ça directement en mode "hop je collectionne", c'est vraiment un engrenage, c'est plus j'ai acheté ça plus j'ai fait ça, plus je m'investis.

**Comment t'as choisi les photocards que tu voulais collectionner et comment tu les trouves ?**

Alors sur Twitter et Instagram t'as des gens qui font des templates puis qui les postent et les mettent aussi dans des drives. Tout simplement, ils font des montages photo avec toutes les photocards qu'un membre a eu, que ça soit dans des albums ou même toutes les photocards en général. Ils mettent sur une page blanche toutes les infos avec le nom, la provenance et tout.

Et comment je collectionne, ça a été petit à petit hein. Au début je voulais faire un membre, deux membres, puis quatre, puis sept, puis je me suis dit "attends je vais pas collectionner que les photocards d'album, je vais faire les non-albums aussi". J'ai tout simplement celles que je collectionnais vraiment. Parce qu'il y'a des gens qui collectionnent tout tout tout, même si c'est la même photos quinze fois mais que c'est une photocard de différentes provenances [ndlr :

différents sites de ventes officielles ou différentes versions d'un même photoshoot], bah ils l'achètent quinze fois.

**Ah je croyais que tu faisais ça moi justement [rires]**

[rires] Mais non moi je collectionne ce que j'aime bien, si y'a une pc que j'aime pas bah je vais pas l'acheter, même s'il faut terminer la collection ou quoi.

**Y'a donc plusieurs manières de collectionner ? toi tu prends pas le parti de tout finir ?**

Alors en vrai, y'a un membre où j'ai du mal à me dire que je vais pas finir la collection, mais en globalité je fonctionne vraiment comme ça parce que j'ai déjà beaucoup dépensé d'argent dans ma collection. Ça ne me satisfait pas en fait d'avoir six cent fois la même pc. Pour remettre en contexte, dans la Kpop on peut précommander des albums sur différents sites, et il y'a des photocards de précommande, et souvent ces photocards c'est des photos qui changent selon les sites mais ça reste la même photo. Donc ça va pas être le même nom mais ça reste la même photo. Les gens aiment faire ça pour compléter la collection mais moi c'est pas ce que j'aime faire.

**Et ça vaut pour tous les groupes ça ?**

Oui en fait les photocards c'est par groupe, donc si on achète un album de BTS par exemple, on va avoir une ou plusieurs photocards aléatoire. C'est en fonction des groupes mais en général chez les boy groups t'en as qu'une, et là BTS ils sont sept donc t'as une chance sur sept. Et les preorder benefits ça vaut en général pour tous les groupes oui, c'est comme les photocards en fait, c'est un truc en plus quand t'achètes mais c'est tout le temps là.

**Tu collectionnes qui toi?**

Alors je collectionne sept membres, les sept de NCT Dream, une unité du groupe NCT. Je les collectionne pas de la même manière mais je les collectionne tous.

**Et comment tu choisis qui tu collectionnes et de quelle manière ? Tu as des préférés ?**

En fait ça s'est fait naturellement en fonction de mes *ults*, mes *bias*.

**Tu pourrais expliquer ce que c'est des *ults* et des *bias* ?**

*Bias* c'est le membre que tu préfères dans un groupe, et *ult* c'est TON membre préféré ou tes membres dans tous tes *bias*. Dans tous tes *bias* y'en a un ou plusieurs que t'aimes un peu plus c'est tes *ults*. Au début j'ai commencé à collectionner mes *ults* de l'époque donc Mark et Haechan pour NCT Dream, et après ils ont été un peu devancés [rires] par deux autres

personnes qui sont Jaemin et Jeno [ndlr : du même groupe] qui sont maintenant mes ults et que je collectionne un peu plus. Et après voilà je fais par ordre de préférence, même si je les aime tous. Et je faisais aussi en fonction des pc que j'aimais, par exemple Renjun et Chenle que je considère "les derniers" dans ma bias line, et encore c'est même pas derniers parce que NCT Dream reste mon ult groupe, je collectionne pas toutes leurs pc parce qu'il y'en a que j'aime moins.

### **Pour revenir un peu sur la Kpop et comment ça fonctionne, j'aimerais conclure sur comment décrirais- tu ce monde / cette industrie ?**

C'est une industrie qui est impressionnante, je pense que quand on est en dehors de ça, on se rend pas vraiment compte à quel point ça fait de l'argent, vraiment c'est fou mais *insane*. En plus, y'a beaucoup plus de gens qu'on ne pense dans ce monde. Je trouve ça fou à quel point ça arrive dans nos vie d'une manière... enfin maintenant c'est normal... c'est impressionnant ce qu'ils ont réussi à créer, à construire, ce monde là est fou. Y'a deux ans tu me disais y'a tout ça je t'aurais dit "mais non", rien que les photocards quand on m'en a parlé j'ai trouvé ça *insane*, fin c'est fou!! même le fait que les albums aient des versions, le fait que les artistes soient entraînés, enfin je sais pas, le tout, le fait qu'ils fassent du contenu tout le temps. Je trouvais ça fou le fait qu'une personne soit certes chanteur, danseur mais qu'il soit encore plus que ça, c'est *idol*... une personnalité publique en fait.

### **Pour toi un idol c'est quoi? c'est plus qu'un artiste ?**

Une personnalité *western*, par exemple Justin Bieber, va sortir un album tous les deux ou trois ans, il sort un album c'est un CD, il fait sa musique, quelques interviews par ci par là mais voilà, alors qu'une *idol*, une personne dans un groupe de Kpop, ça va pas du tout être ça. la personne chante, elle danse parce qu'il y'a des chorégraphies sur parfois tous les sons de tous les albums, donc pas juste LE son qui présente l'album, et ça c'est de l'entraînement, parce que tu danses pas en solo mais en groupe. Et toute leur vie est concentrée sur le groupe, c'est à dire qu'ils sont dans un appartement ensemble, ils sont tout le temps ensemble, ils font tout le temps du contenu, des vidéos pour leur chaîne Youtube, des photos pour leur Instagram. C'est des groupes qui sont pas créés "naturellement", ils sont créés par les agences, avec des concepts. Toute leur vie c'est leur groupe, leur personne publique c'est le groupe, alors que les westerns ils viennent faire une promo deux semaines et c'est fini.

### **Je voulais rebondir sur ce terme de concept, artistiquement t'en penses quoi ?**

Alors moi quelque chose que je trouve fou, et dont je me pose beaucoup la question, c'est comment ils font pour encore réussir à trouver des concepts. Quand un groupe revient avec un nouvel album, il change de concept. Par exemple NCT Dream, le groupe que je connais le mieux, en 2020 ils ont sorti l'album *Reload* et le concept de music video etc c'était les voitures, un peu voyou [rires], et leur *comeback* d'après c'était hyper différent, je vais parler d'*Hello*

*Future* pour montrer le contraste puisqu'il y'avait beaucoup d'arc en ciel, de couleur, c'était un peu "wow la vie est belle". La plupart du temps, les agences essaient de faire changer leur groupe de concept, mais certaines agences vont garder le même concept pour un groupe qui changera pas, genre ça peut être un concept avec toujours le mêmes style de photos, des trucs très très *cute* ou d'autres des trucs complètement *dark*, *emo*, "on aime le sang, la bagarre"; et d'autres qui mélangent tout.

### **Ça te plait toi le changement de concept ?**

Ah j'adore! Moi je sais que même avant d'être dans la Kpop, j'aime beaucoup les artistes, ou au moins les albums qui sont très complets dans le sens où j'ai du mal avec les albums où toutes les musiques se ressemblent et sont dans le même registre, ça me correspond pas, je trouve ça ennuyeux. J'ai envie d'avoir un album complet. Je vais prendre l'exemple d'NCT parce qu'ils ont fait tellement de concepts différents, y'en a aucun qui se ressemble, et c'est un truc qui me plait tellement. Je ne verrai pas *stan* un groupe qui ferait que le même concept tout le temps.

---

### **III. Twitter, les cercles de sociabilité et cercles sociaux élargis**

**Maintenant j'aimerais partir sur des questions par rapport à Twitter. Comment as tu été amené.e à te retrouver sur le stan twitter, raconte moi tes débuts, ta découverte / prise de contact avec cette partie du réseau social.**

Moi j'étais déjà sur Twitter depuis 2 ans et demi 3 ans, j'étais *local*, et quand je suis rentrée dans la Kpop, mon pote m'a dit que tous les Kpop stans étaient sur Twitter. Je me suis d'abord abonnée aux gros comptes comme BTS, c'est le premier groupe que j'ai *stan*; après tu likes des trucs, du coup tu t'abonnes. Je pense que c'est venu au fur et à mesure, mais je sais que j'ai pas eu beaucoup d'Armys comme mutus et tout, j'en ai eu très peu parce qu'après quand j'ai commencé à stan NCT j'ai cherché à avoir une Timeline qui parlait que NCT. En fait, avec ma meilleure pote, Yeleen que tu connais, on a été dans la Kpop en même temps mais pas par les mêmes personnes, et on était déjà toutes les deux sur Twitter depuis bien longtemps. A un moment elle s'est abonnée à des gens, et je me suis aussi abonnée à eux, et après au fur et à mesure c'est venu comme ça, des gens qui connaissent des gens qui connaissent des gens qui connaissent des gens.

**Et ces personnes à qui tu t'es abonnée au début, c'est des gens à qui tu parles encore ?**

Ah oui oui c'est mes amis de tous les jours moi. Honnêtement, les amis que je connais du lycée ça se compte sur le doigt d'une main, par contre des amis de Twitter j'en ai peut-être trente quoi, et c'est des amis que je connais, que j'ai déjà vu, enfin voilà quoi.

### **C'est des gens avec qui vous stannez les mêmes groupes ?**

Ouais c'est ça. En tout cas, mes amis stannent d'autres groupes à côté mais notre point commun c'est qu'on stan tou.te.s NCT. J'ai plus trop d'amis *locals*, en tout cas ça a été mon choix, parce que j'ai pas mal changé entre temps. C'est qu'avec mes amis *locals* je pouvais pas me permettre d'être à 100% qui j'étais parce que la Kpop et NCT sont devenus une grosse partie de moi. C'est devenu quelque chose d'important, donc devoir me freiner et ne pas en parler ça me dérangeait. Je me suis naturellement éloignée d'eux.

### **Et du coup c'est tes amis, au-delà de Twitter ?**

A oui oui ce sont mes vrais amis, je les considère vraiment. J'ai créé un compte privé pour pouvoir parler de trucs plus persos et on est trente et c'est déjà mes amis en fait

### **Tu vois une différence entre mutus et amis ?**

J'ai un peu de mal à considérer "amie" quelqu'un que j'ai jamais vu en vrai. Donc là tous les gens que j'ai vu en vrai c'est mes amis. Après y'en a qui sont entre mutus et amis parce que je sais qu'on s'est assez appelés et tout, mais c'est pas la chose; ça va être mon ami.e mais pas autant que quelqu'un que je vais connaître. Je retiens que c'est des personnes de Twitter mais que je les connais pas dans la réalité, même si un jour je vais les connaître et ça va acter notre relation.

### **Je voulais savoir si avec ces gens là, que t'as rencontré sur Twitter et qu'ensuite t'as vu en vrai, vous faites des trucs différents par rapport à des *locals* ?**

Vu que je les considère amis quand on s'est vus et bien entendus en vrai. Du coup, quand il fait beau et que c'est l'été etc, on va aux mêmes endroits [rires] en vrai c'est cliché mais on va à Pyramides, on va se poser, sinon on va acheter des albums à P13.

### **Est-ce que t'as créé d'autres choses et d'autres projets aussi ?**

En fait c'est des amis normaux, on a peut-être une passion qui nous lie aujourd'hui; et ça fait qu'on va rester amis longtemps, qu'on discute tous les jours, tout le temps, mais ça reste des amis classiques on parle de tout et de rien, parfois même pas que de la Kpop.

Sinon par exemple, grâce à NCT et la Kpop, ça permet de faire d'autres rencontres avec le même point commun mais dans un autre environnement qui est celui de la danse. Par exemple là on a un projet de danse NCT, et j'ai rencontré des gens que j'aurais peut-être pas rencontré autrement, ni même sur Twitter. Je sais que certains du groupe de danse étaient très peu sur Twitter. A la suite de ce projet de danse on a fait un groupe de covers en plus.

### **Et toi tu dansais avant ça ou t'as commencé là ?**

Alors moi j'avais jamais fait de danse avant, ou juste des petites activités extrascolaires, genre moi c'était obligatoire, j'ai fait de la danse mais c'était pas vraiment de la vraie danse. J'avais jamais dansé, je savais pas si je dansais bien, si j'amaï ça, j'avais jamais appris de danse de Kpop ou alors juste de visu parce que je connaissais les clips quoi. Genre machinalement, quand je réfléchis je sais que ça peut m'arriver de danser des chorées de Kpop que je connais, et ça m'a fait ça avec "Boom" de NCT Dream, y'a même un moment avec "Delight" [ndlr : de Baekhyun, membre d'EXO]. Mais du coup le groupe de danse ça a développé une passion? enfin je sais pas moi j'inclus ça dans la Kpop.

### **Tu penses que cette passion de la danse ça pourrait sortir de la Kpop ?**

Non, c'est pas pour moi. C'est un passe temps de danser avec mes amis, mais je me considère pas comme danseuse ni même avoir un style de danse. Je me vois pas aller plus loin que ça, les covers de Kpop ça me va très bien.

### **Pour revenir à Twitter parce que j'ai besoin de savoir quelques petites choses. A quoi ressemble ton compte en termes de visuel (layout), comment le choisis-tu ?**

Tu sais quoi, je vais prendre mon compte et je vais faire un par un.

Déjà mon @, j'ai pris "noministe", j'ai juste pris mes deux *ults*. Nomin c'est un nom de duo, entre Jen0 et Jaemin et j'ai mis -iste à la fin, comme un nom de métier, et du coup voilà je suis noministe.

Après le layout, c'est le visuel de ton compte quand les gens vont dessus. Moi ma bannière là c'est juste quelque chose de simple, même si j'aime avoir un esthétique très coloré dans la vraie vie, sur Twitter je préfère quelque chose de simple.

Et maintenant par rapport à ce que je tweet, en gros mon contenu va être basé sur mes groupes *ults*, donc plutôt NCT et surtout NCT Dream, et sur mes membres ults. Parfois sur des trucs de la vie quotidienne où je raconte ma vie, je me mets pas de limites en fait. Enfin je peux créer un autre compte pour parler d'autres groupes parce que j'ai pas envie de mélanger les contenus.

### **D'accord donc toi ta pratique de Twitter, c'est aussi que tu crées plusieurs comptes et tu choisis tes sujets selon tes comptes ?**

C'est ça. Je peux te dire les comptes que j'ai, j'ai mon compte principal, mon main où je parle de NCT, j'ai mon compte Enhypen, où je parle que de mon bias de ce groupe là. j'ai décidé de ne pas mettre tout sur le même compte parce que j'ai un peu la flemme. J'avais envie d'être dans mon coin avec mes potes, plutôt que tout le monde voit que je stan etc. J'ai aussi mon compte privé, et j'ai mon backup au cas où je saute.

**Pour revenir sur le layout, tu m'as dit que tu voulais des choses simples mais comment tu choisis justement ? Quelle image de toi tu veux renvoyer ?**

Quand je fais mon layout, je change pas ma bannière, parce que s'il y'a un truc qui me saoule sur Twitter c'est de chercher une bannière qui va avec la photo de profil, ça me gave. Du coup j'ai mis une bannière simple qui va avec tout, et j'ai juste à changer la photo de profil. et je change pas souvent de pp parce que je les aime beaucoup et j'ai du mal à m'en détacher, en général elle me représente beaucoup. Du coup, j'essaye de trouver une photo qui me représente énormément, et en général c'est mes *ults* et un concept que j'ai bien aimé d'un album qu'ils ont fait. C'est quelque chose qui me correspond à fond, même si c'est pas moi sur la photo, les gens se disent "ah c'est Mila". Je veux que les gens me reconnaissent à travers ma photo de profil dans la TL.

**On a parlé de tes sujets de conversations mais je voulais continuer, quelles sont tes pratiques sur Twitter ? Comment es-tu active ? De quoi parles-tu ? (publication de contenus, blagues, discussions avec amis, gc, spaces) parle moi de ce que tu y fais ?**

Pour moi c'est un truc où je pense à haute voix, je vais dire ce qui me passe par la tête, si j'ai envie de faire une blague, je fais une blague. Je sais que dans mon fandom chez NCT, on est très blagueurs sur NCT, très blague pour se foutre de la gueule des membres, c'est vraiment de la drôlerie quoi [rires]. Ca peut être de tout, aussi juste moi qui apprécie le travail de mon groupe, parce que je suis fière d'eux, qu'ils ont fait un bon album, juste moi qui aime cette musique là, où juste dire "omg ca me manque trop quand cet album est sorti", en fait Twitter je dis juste ce que je pense, si j'ai envie de le dire je le dis.

**C'est une question plus générale maintenant mais, penses-tu que Twitter soit un gros berceau de socialisation autour de la *stan* culture ? Donne moi ton avis, tes impressions libres ?**

J'espère que j'ai compris la question mais je pense que oui. Twitter est LE plus gros berceau de sociabilisation de fandom je pense, parce que même avant la Kpop il y'avait les directioners et tout. C'est des bulles en fait qu'on ne voit pas si on n'est juste pas du tout dedans. Y'a des fandoms entiers qui sont comme les Kpop Stans, des Arianators, des Belieber, Taylor Swift pareil, Selena Gomez. Ca fait longtemps que les gens sont sur Twi pour parler de leurs artistes préférés, et c'est le meilleur réseau social pour parler et interagir avec des gens sur ce qu'on aime, parce que le mécanisme de Twitter fait que c'est le plus simple.

**Tu sais pourquoi le mot "bulle" t'es venu en tête comme ça? tu veux dire quoi par là?**

Parce qu'il y'a tellement de mondes différents sur Twitter, je considère ça comme des bulles. Moi par exemple je vais être dans la bulle NCT, qui est dans une plus grosse bulle Kpop certes,

mais je vais peut-être jamais voir le contenu d'un groupe comme TXT ou BTS. Je considère que c'est des bulles parce que c'est des trucs, pas fermés, mais pour y accéder faut chercher. Par exemple moi je vais galérer à trouver du contenu de foot dans ma TL, parce que c'est pas du tout dans mon cercle, inversement une personne *local* fan de foot je sais pas comment il va faire pour avoir des Arianators dans sa TL quoi. On est tous dans nos mondes, dans nos trucs alors qu'on est tous sur le même réseau social, c'est très spécial comme environnement; on est tous là, pas pour les mêmes choses, on voit jamais les tweets de certains.

### **Et pour toi Mila qu'est ce que c'est que la stan culture ?**

Moi je considère la stan culture à partir du moment où t'es vraiment fan de quelqu'un et que tu suis tout ce qu'il fait. Tu le suis sur les réseaux sociaux, tu regardes tous les contenus qu'il fait. A partir du moment où tu es dans ce genre de trucs, mais partout pas que la Kpop, tu es dans la *stan culture*. Mais même les footeux, c'est les premiers à critiquer les fans de Kpop, mais quand Messi est arrivé à Paris, c'est les premiers à s'être déplacés derrière son bus, alors qu'ils nous critiquent parce que nous on est "extrêmes" mais eux le sont aussi.

### **Donc les stans de foot sont pareils que les stans de Kpop sur ce point ? Sinon est-ce qu'il y'a une différence ? si oui laquelle ?**

[rires] bah les fans de foot, c'est des hommes, donc forcément tu vas dire à un homme "oh tu stan", il va te dire "qu'est-ce que tu racontes, moi j'suis fan" alors que c'est exactement la même chose pour moi. La stan culture est souvent représentée par des filles, et c'est une "culture de fille" même si ça ne veut rien dire, les gens pensent aux filles, alors que oui certes c'est une bonne partie mais y'a quand même des hommes. Et pareil, parce que c'est un "truc de filles" ça va être vu négativement, alors que les hommes font la même chose dans le sport ou même les voitures, et nous on leur dit rien.

### **Effectivement il y'a des sous-cultures qui jouent avec les stéréotypes masculins et les stéréotypes féminins, où un certain genre va être surreprésenté. Je voulais savoir comment tu le vivais, et comment ça se manifestait dans ta vie? Est-ce qu'autour de toi il n'ya que des filles?**

Pour être honnête j'ai ... un ami garçon Kpop stan, mais sinon ce sont toutes des filles ou des personnes non-binary, pas dans les genres binaires femme/homme. Donc oui un seul mec sur peut-être quarante, ou trente, enfin t'as compris.

### **Et tu te sens comment qu'il n'y ai quasiment que des filles?**

Ah bah je me sens beaucoup plus à l'aise. Aussi avant Twitter j'aurais jamais pensé avoir des amis qui ont plus de 25 ans, parce que j'en ai 20, et avant les Kpop stans je trainais qu'avec des personnes de notre âge parce qu'on les rencontre dans notre classe quoi. Mais là ça rapproche

juste tout le monde et je me sens à l'aise avec les personnes parce qu'on partage les mêmes idéaux, on a des vécus similaires, on a tous vécu des trucs un peu compliqués chacun de notre côté et je me sens super à l'aise.

### **C'est à dire, "trucs compliqués"? Si tu as envie d'en parler**

Il y'a des gens qui ont perdu leurs parents, qui ont vécu des trucs traumatiques. On a un peu tous le même âge, on arrive un peu tous à se reconnaître dans les uns les autres, enfin c'est comme ça que je le ressens.

### **Moi c'est surtout une question que je me pose, même si t'as déjà un peu répondu, je me demande comment a débuté le fait que cette sous-culture a été genrée au féminin, quels sont les mécanismes ?**

Sinon vu qu'on parle sur Twitter et qu'il y'a un peu tout le monde, je me disais "dans la vraie vie, c'est pas tout le monde qui peut être ce qu'il veut être, alors que sur twitter ça permet d'être soi-même sans forcément connaître les gens, donc ils vont être 100% eux-mêmes; ils vont pas être hétéros, vont pas être genrés binaires, ils vont avoir des néo-pronoms des pronoms neutres, tout le monde va être dans la case qu'il veut être, en tout cas sur le *stan twitter*. Parce que je sais que tu peux pas être "iel" sur le *local*, j'ai l'impression que sur le *stan twitter* on est très ouverts, y'a beaucoup de monde, c'est beaucoup de jeunesse, donc je pense que les gens se permettent d'être eux-mêmes et de vraiment se dévoiler parce qu'ils ne peuvent pas le faire dans la vraie vie. Ça ressent beaucoup chez les Kpop stans, je saurais même pas dire pourquoi.

Je tiens aussi à dire que quand on parle de stan culture, on l'associe directement à la Kpop alors qu'il y'a de la stan culture partout, mais aussi autour des américains comme Lady Gaga, Justin Bieber, Britney Spears. C'est là depuis très très longtemps et les gens ont tendance à l'oublier. Après j'ai aps vécu dans les années 2000 mais je sais qu'il y'avait beaucoup cette culture de stan, avec Michael Jackson par exemple. Avant ça avait pas l'air négatif de les suivre ces stars là, alors qu'aujourd'hui c'est devenu hyper négatif, parce qu'ils pensent "Kpop" et ils pensent "pas bien".

### **Tu le ressens toi en tant que Kpop stan cette réception négative ?**

Je l'ai vu de moi-même avec le ressenti des gens que j'ai eu autour de moi quand je suis devenue Kpop stan. J'ai un très bon exemple, je stan aussi Post Malone depuis 2019 maintenant, mais un peu avant la Kpop. La musique a une très grande importance pour moi, qui m'aide le plus au quotidien, donc je me suis fait tatouer un son de Post Malone, sans problème, mais j'ai aussi fait des tatouages de son de NCT, donc de Kpop, et on m'a JAMAIS dit quoi que ce soit pour Post Malone, on m'a jamais dit "mais tu penses pas que tu vas regretter", alors que NCT on me la dit tellement de fois. Limite, Post Malone je le connais moins que les Kpop boys de NCT et

tu me demandes si je vais regretter ? Fin pourquoi tu me demandes pas pour Post Malone si tu me demandes pas pour la Kpop quoi.

**Tu me dis que la musique c'est quelque chose d'important ? comment ça se fait ?**

En fait je pense que j'ai du mal à expliquer les émotions que je peux ressentir, dans tout, et je me retrouve dans la musique des autres. De moi-même je ne pourrais pas créer de la musique, mais je me retrouve dans les paroles et les mélodies des autres, et c'est pour ça que j'ai ce besoin de me tatouer de la musique sur moi, c'est ce qui m'aide à exprimer ce que je ressens. D'autres ca va être plus le dessin, moi c'est la musique.

**Ce rapport à la musique il a été accentué avec la Kpop ou ça aurait été pareil autrement ?**

J'ai eu des moments vraiment important dans ma vie et la musique, j'ai eu Nekfeu, qui est encore aujourd'hui un de mes artistes favoris, j'ai eu Post Malone du coup et j'ai eu NCT, qui ont fait des mélodies et ont exprimé des choses que j'aurais jamais pu entendre de cette manière dans la rap français. Moi j'ai aimé.

**Si tu t'es fait tatouer pour la musique c'est que t'as un rapport corporel avec cet art du coup?**

Alors moi de base, j'adore le tatouage. Tout ce que je vais faire comme tatouage c'est en rapport avec la musique parce que c'est ce qui m'inspire. Ça m'aide à exprimer mes émotions mais aussi ma personnalité. Je me ressens dans les prods, c'est un tout.

**C'était très intéressant, merci beaucoup Mila pour toutes ces réponses.**

## Annexe 5 : Entretien N°4, Akheane

13 Janvier 2022

### Avant propos :

Akheane a répondu à un appel à entretien via un tweet de ma part.

L'entretien a dû être fait à distance

**Pour commencer je te remercie d'avoir accepté de faire cet entretien et d'accepter de me parler de toi pour faire quelques analyses sur les Kpop stans, leurs pratiques et leurs utilisations des réseaux sociaux.**

**Pour te remettre en contexte, je suis en Master 2 de Management des industries culturelles et je fais mon mémoire sur le stan twitter car je me suis dit que j'allais travailler sur quelque chose de proche de moi, qui allait me passionner. Du coup, je voulais aborder le point de vue communicationnel et sociologique du stan twitter, c'est à dire comment se créent des réseaux de sociabilité mais aussi comment on agit nous sur ce stan twitter. Ne pouvant pas me baser sur ma propre expérience seulement, je voulais discuter avec d'autres personnes de ce milieu. Maintenant je vais te laisser la parole et te poser quelques questions.**

---

### **I. Présentation**

#### **M.F : Présente-toi en quelques mots**

Akheane : Moi je m'appelle Akheane, je suis en première année de LEA Anglais-Chinois, mais j'ai 22 ans car j'ai fait plusieurs choses avant : une année en LLCER, une année en comédie musicale, une année en service civique; après je pense que tout le monde a un peu ses soucis et là j'ai eu des soucis de santé psychologiques qui ont fait que j'ai beaucoup remis en question mes études, mais aujourd'hui ça va.

Autrement, je suis fan de kpop, mais ça c'est évident sinon je serais pas là, mes groupes préférés sont NCT et Dreamcatcher, et bah, la vie va tranquillement.

**C'est cool tu as fait plein de trucs différents, tu m'as dit que tu faisais de la comédie musicale, et ça consistait en quoi exactement ?**

Du coup ma passion c'est le chant et la danse, d'où le fait que je sois fan de kpop parce qu'en fait ça réunit deux univers qui me fascinent. J'ai passé des auditions, j'ai été prise dans l'école et on avait des cours de chant de danse, sur l'histoire de la danse; des cours de composition, on

a créé une pièce de théâtre, des cours en solfège. Mais c'est arrivé au moment du covid donc faire de la scène sur skype c'était pas génial/ Puis c'était une petite école qui débutait et j'étais la plus jeune, mais pas que de quelques années, plus jeune de 20 ans.

Du coup, avec cette expérience, j'ai une sorte d'attestation qui me permet d'organiser des événements en école ou autre, je peux organiser des spectacles. Après je me suis dirigée vers la fac pour essayer d'avoir un autre diplôme, je me suis dit vaut mieux me relancer dans les études et essayer de pas décrocher. Mais c'est pour ça que quand j'étais en service civique dans les écoles j'organisais des spectacles, des kermesses et cetera..

**Maintenant tu es dans les langues,et j'ai compris que t'avais fait de l'anglais en LLCER aussi, c'est ce qui t'intéresse en plus de la performance ?**

En fait, en anglais j'ai vite décroché parce qu'une fois que tu sais parler anglais c'est bon, c'est que de la civi, des lettres, et moi une fois que je sais faire un truc je veux vite passer à autre chose, je suis très impatiente.

Au début, je voulais faire du japonais na na na, et alors là, me demande pas pourquoi, je m'intéressais à NCT de base, enfin à tous les groupes (ndlr : de la "rubrique NCT") mais à un moment donné j'ai fait une pause kpop qui m'a fait raté pas mal de comeback, parfois je fais des pauses ou je suis plus trop un groupe puis je reviens et je me dis "ah merde j'ai raté plein de trucs". Et c'est ce qu'il s'est passé avec NCT, bon au début j'étais plus NCT127 et maintenant mon unit c'est WayV, et avec WayV j'ai beaucoup beaucoup aimé la langue chinoise et j'ai commencé à m'intéresser à la culture et je me suis dit "bon aller on va tenter ça ça m'intéresse.

**Donc ce groupe là, ce groupe qui parle chinois qui t'a donné de l'intérêt pour la culture chinoise ou est-ce que t'avais déjà une sensibilité pour celle-ci?**

Alors moi j'ai des origines asiatiques de base, de Mongolie, mais avec ma famille on n'a pas beaucoup exploité ce côté, tu vois, mais moi j'ai toujours voulu m'interroger et m'intéresser à mes origines, et j'ai commencé avec les mangas, je me suis intéressée au japon en premier, puis j'ai découvert la kpop avec Gangnam Style en 2011 ou 2012, et dans ce clip y'avait une danseuse rousse que je trouvais trop stylée, donc c'est Hyuna et de là je suis partie dans la kpop. Au début, comme tout le monde je voulais apprendre le coréen, et je l'apprends toujours c'est ma troisième langue à la fac. Mais tu vois maintenant je veux continuer, bon c'est compliqué avec le chinois et le coréen déjà, mais j'aimerais bien apprendre le thaïlandais.

**Donc là t'as quatre langues à ton actif et tu comptes pas t'arrêter maintenant?**

Voilà, en fait j'aime bien déjà l'Asie en général, mais j'aime bien le voyage et découvrir des cultures d'ailleurs, par exemple j'aime aussi beaucoup l'Egypte. J'aimerais bien avoir des connaissances sur plein d'autres cultures, et à termes voyager quoi.

**Trop bien, vraiment! Vu qu'on y arrive, et que t'as commencé à m'en parler un peu, j'aimerais bien développer sur comment tu as commencé à te passionner pour la kpop, tu m'as parlé du début avec les mangas, puis de Gangnam Style, mais ensuite comment t'es tombée dedans vraiment ? Comment ton début dans la kpop a fonctionné ?**

Donc comme je t'ai dit au début y'avait Hyuna, donc je me suis intéressée à 4minute, y'avait encore les anciens groupes comme f(x) mais y'avait pas un gros engouement autour de la kpop, puis je connaissais pas twitter. Je partageais ça avec moi même du coup, j'écoutais de mon côté. Après en 2013, comme beaucoup, j'ai commencé à m'intéresser à BTS. Au début je pouvais faire que un groupe par un groupe, c'est à dire que j'avais des phases où j'étais fan que d'un seul groupe. Si j'étais sur BTS c'était que BTS quoi. Ensuite j'ai rencontré des ami.e.s, mais en même temps que je m'intéressais à la kpop j'ai commencé à faire du RP, donc un jeu de rôle ou on fabrique un personnage et on lui donne le visuel que l'on souhaite. C'est un jeu d'écriture, un peu comme une pièce de théâtre mais qu'on écrit à deux, avec deux visions différentes, et j'ai commencé avec des personnages pas connus genre des instagrammeurs, ça m'a vachement aidé à développer mon écriture mon style. Puis j'ai fait des RP à thèmes sur des séries comme vampire diaries, puis enfin les RP kpop. Sur les RP vampire diaries j'ai rencontré des ami.e.s virtuel.le.s que j'ai fini par rencontrer, donc j'avais un ami et deux autres amies mais qui eux étaient sur la kpop, donc on a commencé à plus partager, alors que avant j'avais personne, enfin les autres disaient que j'étais bizarre "oh t'écoutes des musiques bizarres un peu nan?"? Avec ses amies, donc une qui était à fond sur Mamamoo, l'autre sur EXO, et du coup j'ai commencé à pouvoir développer mon appréciation de ce genre musical, et finalement jsuis plus sortie vraiment.

**Donc ça veut dire que depuis t'écoutes toujours de la kpop, tu t'es jamais arrêtée ?**

Alors j'ai fait des pauses, mais un peu malgré moi, genre un moment j'avais un copain, qui lui était plus sur le japon, et qui dénigrait beaucoup la Corée. Etant très influençable à l'époque et comme c'était mon premier copain, j'ai commencé à un peu m'oublier pour lui faire plaisir dans le sens où j'ai plus écouté du j rock et de la vocaloïde, parce que soi disant ceux qui ont choisi d'écouter la kpop et d'apprendre le coréen c'était les plus faibles. Du coup ouais ma pause a duré 7 mois, ou 6 mois et du coup c'est grâce à la kpop que j'ai réussi à aller mieux. C'est vraiment le RP et l'univers de la kpop qui m'ont aidé, y'en a qui diront que c'est un peu naïf, mais moi ça m'a aidé.

**Non c'est pas du tout naïf c'est une manière comme une autre de gérer.**

Dans les moments de la dépression on s'intéresse plus à grand chose, et la kpop c'est tellement prenant, ça m'a pris et ça m'a permis de sortir la tête de l'eau.

**C'est clair, avoir quelque chose qui te prend au corps et te demande autant d'investissement ça te permet de voir autre chose, en plus toi avec les RP tu pouvais écrire et t'écrire. D'ailleurs tu les faisais via quelle plateforme ?**

Alors principalement sur Facebook, en gros c'est c'est comme des comptes fake que tu crées et tu interagis avec d'autres comptes facebook. Ensuite j'ai commencé les RPG puis y'a deux ans j'ai commencé les RPG Twitter mais j'arrive pas trop à gérer.

---

## **II. La Kpop**

**Merci pour ces informations, je pense qu'on va y revenir un peu plus tard mais je voulais aussi rebondir sur la kpop et sur ce qui t'avais vraiment marqué, quel clip, quel premier t'as marqué où tu t'es dit "là j'aime la kpop"**

Euh, c'est "We are bulleproof" de BTS

**Et qu'est ce qui t'a marqué ? La musique la chorée le concept ?**

Alors déjà, j'étais trop, je trouvais ça génial, même si je connaissais la kpop. J'ai accroché parce que j'ai adoré la chorée, la musique était hyper catchy. Franchement les gens pourraient se dire au début qu'on s'intéresse pour le physique des idols alors qu'au début BTS étaient pas franchement, on s'intéressait pas à eux pour leur physique. Je trouvais que ce genre de musique se démarquait tellement du reste. Enfin quand j'écoutais n'importe quelle autre musique ça me faisait pas ça. Et du fait que ça se démarque autant du reste, j'ai bien aimé.

**Et du coup pour toi pourquoi ça se démarque?**

C'est pas les mêmes procédés musicaux, les instrumentaux c'est pas les mêmes; même si on va dire que maintenant la kpop s'américanise sur certains points, enfin plutôt surtout BTS qui sont en anglais etc, même si on dit que la kpop s'américanise y'a toujours un truc différent, peu importe j'sais pas, l'agencement de la musique, la production y'a toujours quelque chose qui fait que c'est pas de la pop américaine.

Et maintenant que je fais attention aux paroles des chansons, c'est pour ça que j'aime dreamcatcher d'ailleurs, avant je faisais attention qu'à la musique, au mood dans lequel ça me mettait; puis aujourd'hui, enfin à part beyoncé et tout, on en trouve pas beaucoup des artistes qui dansent en même temps qu'ils chantent et là t'as vraiment des chorégraphies et tout, c'est pas juste un peu de danse dans la chanson.

**D'ailleurs, tout à l'heure quand on a évoqué tes passions, donc la danse et le chant, t'as eu tout de suite le réflexe de me dire que c'était pour ça que t'avais eu une appétence pour**

**la kpop. Du coup tu pourrais développer ça? Comment ça se fait ? Est-ce que aujourd'hui tu chantes et danses encore .**

Déjà aujourd'hui je chante sur l'appli Smule, je chante dessus, je chante avec les autres ou toute seule et je trouve ça bien. Avant j'étais à fond dedans mais maintenant j'ai plus trop le temps. Il ya même des groupes de chant qui se forment avec des concours, notamment sur Line où y'a beaucoup de gens d'indonésie. La danse j'en ai fait puis arrêté puis fait puis arrêté mais la danse même si ca dure une heure j'ai l'impression que c'est le moment où je laisse toute la frustration de la semaine sortir. J'ai déjà fait de la danse classique, de la moderne, du hip hop, de la danse orientale, du contempo, du ragga, j'ai vraiment tout essayé. A un moment donné j'avais 8 heures de danse par semaine, et faut dire que dans la kpop y'a des chorégraphies vraiment sympas, y'en a pour tous les goûts et le fait qu'il y ai des concepts c'est vraiment chouette. Je vais pas mentir des chorégraphies de kpop j'en ai déjà appris, il y'a juste que les gens ont quelque chose que je n'ai pas, c'est la patience d'apprendre avec les vidéos; moi j'ai besoin que quelqu'un me montre. Genre je sais apprendre des danses rapidement mais j'ai du mal à assimiler par vidéo.

La danse et le chant ca m'est venue depuis petite, je me rappelle dès 10 ans je chantais en anglais et j'écoutais beaucoup du usher et du r&b, que j'écoute toujours beaucoup hein, les gens veulent nou faire dire qu'on écoute que de la kpop mais c'est faux hein on n'écoute pas que ça.

**Et du coup, dans la kpop on a parlé de la danse et du chant mais je voulais aussi ton avis sur les registres et genres musicaux? Tu penses quoi des mélodies, de la production?**

Moi ce que j'aime trop c'est qu'il y'a toujours un peu de rap, il y'a des transitions auxquelles tu t'attendrais pas dans la pop américaine, c'est à dire que ça peut passer d'une mélodie assez enfantine assez douce à un concept crush, tout ce qui est girl crush pour les girl groups. On peut aussi mélanger les styles; par exemple pour Boca, y'avait de l'electro, de l'opera electro; alors que la pop américaine y'aura moins ça, ca reste li- enfin je vais pas dire lisse parce que j'aime toujours ça j'en écoute encore, mais à l'inverse la kpop prend des risques quoi. Après comme on dit, la kpop c'est pas qu'un seul genre quoi, c'est juste que c'est des chansons chantées en coréen mais y'a de tout, moi j'aime bien le krock, les balades. Et par exemple, les balades sont plus concentrées sur les paroles, j'aime bien les chansons qui, en fait dans la kpop y'a tellement de styles différents donc on peut trouver des chansons pour chaque mood, chaque moments de ta journée. Genre, le matin j'aime bien mettre des musiques qui bougent, donc jvais en mettre; dans le train, dans le bus ou dans le train je veux me sentir comme dans un film je vais mettre une petite musique et regarder par la fenêtre hahaha. J'aime bien aussi qu'il y ai plusieurs styles différents dans une seule et même chanson, je trouve ca sympathique et j'aime le fait que les chorées sont extrêmement bien travaillées, je veux pas me vanter mais particulièrement pour NCT.

Si on reste sur la musique y'a pas de point négatif, maintenant si on passe sur l'industrie en général c'est sur qu'il y'a des choses plus négatives. Le traitement des idols et cetera, on se

pose des questions des fois, mais après c'est des personnes qui travaillent très très dur et donc je trouve les critiques dures, ça reste des humains qui travaillent dur et méritent du respect.

**Tu m'as évoqué le mot industrie justement, et je voulais savoir ce que ça voulait dire pour toi, comment tu définirais cette industrie ?**

D'un côté je me dis que c'est un monde pas juste parce que les idols travaillent dur, mais après le traitement des idols ça dépend des agences. Par exemple, l'agence de Dreamcatcher a un peu relationnel avec elles, elles mangent bien, elles sont bien traitées, ils communiquent vraiment. Ça dépend des agences, ça dépend des maisons, et faut pas tout mélanger, mais des fois j'ai l'impression que comme les agences voient que la kpop marche et émerge bah ils vont en profiter pour faire travailler encore plus et encore plus dur. Y'a énormément énormément de contenu et de merch qui sortent et qui étaient pas là avant, vu que je collectionne. Bon je collectionne pas Dreamcatcher parce qu'il y'a des anciens albums non disponibles et ça me ferait rager de pas les avoir, mais NCT et WayV je collectionne absolument tout. J'ai tous les albums, mais je sais que on arrive pas à suivre, y'a des merch, des season's greetings qui sortent avec des prix conséquents. Donc je trouve que c'est pas juste mais en même temps on a de la chance.

Sinon c'est une industrie qui est assez spéciale parce que ça soit en chine ou en corée par exemple y'a des structures qui te permettent de débiter, d'auditioner, bon ça marche pas à coups surs mais t'as des chances, par contre en France, bah tu veux faire de la musique on va se moquer de toi, on va te dire d'aller travailler et trouver un vrai métier. Ici on a pas d'agence, alors que là bas y'en a tellement tu peux essayer partout. Après c'est un monde très compliqué.

**Tu vois donc vraiment une différence entre les pays européens et asiatiques sur leur manière de fonctionner?**

Non en vrai, là on parle juste de la Corée, ou encore de la Chine et du Japon. Après je trouve l'idée de débiter en groupe plus intéressante et ça permet de donner sa chance à plus de personnes, parce qu'ici tu débute une personne par une personne ça fait moins de place. Il faut éliminer tout le monde et en garder qu'une, alors que débiter par groupe ya plus de possibilités. En France, pour auditioner pour Universal music faut envoyer un EP, avoir les moyens de l'enregistrer, pour avoir les moyens faut travailler mais travailler ça t'empêche de prendre le temps pour la musique. En France j'ai l'impression que le monde est un peu fermé et réservé à quelques personnes. Oui après des gens peuvent se démarquer sur Youtube ou Tiktok mais ça marche avec des algorithmes et pas forcément au talent.

**Maintenant je voulais revenir sur un sujet que tu m'as évoqué c'est la collection, comment tu collectionnes et quoi?**

Déjà j'achète les albums, j'achète les versions des albums, style y'a les jewel case qui sortent j'achète, si y'a les kihnos j'achète les kihnos. Après ça coute beaucoup d'argent, j'ai eu les

moyens que depuis 2 ans. Je collectionne aussi par membre, je peux pas collectionner tout le monde. Donc je fais de l'échange et de l'achat, et de la revente. Je collectionne Ten parce que c'est mon UB, mais aussi Renjun, Hendery et j'ai failli commencer Yangyang, Haechan et Doyoung mais je me suis dit faut s'arrêter là, en plus Haechan est trop demandé donc c'est la galère. WayV j'achète tous les albums, même les photobooks là, j'ai acheté les spéciales par membre. Pour NCT Dream j'ai aussi pris des déco stickers et ça j'achète pas sur le site à cause des frais de port mais sinon je m'inscris sur des GO, donc des Group Order (commandes groupées) sur Instagram ce qui fait que c'est moins cher.

### **Et comment ça se passe sur Instagram ?**

Du coup j'ai un compte spécifique pour les échanges, je mets la photo de la photocard, si je vends je mets un prix mais généralement je laisse les gens faire leur proposition. Généralement je suis plus intéressée par les échanges, donc je mets le nom et je demande des photocards de mes wishlists, qui sont mis dans les stories épinglées. Je répète ma wishlist dans le post aussi, et généralement les gens échangent que certaines cartes, moi je dis juste les membres sur lesquels j'échange et selon les propositions j'accepte ou non. J'attends juste que les gens aient des preuves sur leur compte. En général je demande d'envoyer en suivi, c'est plus safe. Ce qui est plus compliqué c'est d'envoyer à l'étranger, parce qu'on a toujours peur que la carte soit un peu perdue dans la poste, mais sinon ça se passe plutôt bien. Dans la carte là c'est assez important de faire attention à la présentation, tu mets une petite carte de visite, on en a fait une avec ma copine avec qui on tient le compte, des freebies, donc c'est cartes pas officielles qu'on rajoute en plus pour faire plaisir; on essaye toujours que ça soit joli parce que ça fait plaisir de le faire. J'apprécie trop la papeterie, j'ai des rangées de feutres et papier, j'ai même des enveloppes noires pour écrire en doré et tout. D'ailleurs ma copine avec qui je tiens le compte c'est une collègue que j'ai rencontré sur le service civique, au début j'étais timide mais dès que j'ai dit que j'étais fan de kpop on est vite devenues copines, ça nous a rapprochées.

### **Aussi, je voulais savoir si à part la kpop t'avais déjà été fan d'un autre univers?**

Bah moi je t'ai dit j'étais très fan d'Usher, sinon j'ai eu ma période et je suis toujours très fan d'Ariana Grande, en même temps The Weeknd, Beyoncé, Nicki Minaj. ET j'ai eu comme tout le monde, enfin je sais pas mais voilà, ma période Directioner, et j'ai eu un crush sur Zayn. Du coup j'étais trop fans des One Direction, et très pauvre aussi donc j'ai acheté un seul album. J'étais sur les groupes Facebook là de directions. Sinon j'étais fan avant, don't judge me, de Violetta.

### **T'as quand même toujours été fan de plein de choses et est-ce que t'avais twitter pour ces choses là?**

Non j'ai commencé Twitter y'a quelques années.

**Je voulais aussi savoir si t'avais une réponse au pourquoi tels artistes et pas d'autres ? Qu'est ce qui te rapproche de certains particulièrement? Que ca soit kpop ou pas d'ailleurs.**

Généralement du coup, par exemple des musiciens, c'est parce que j'apprécie la musique; Ariana Grande je suis une très grande fan de sa voix. je suis fan de talents, je regarde les paroles de chansons, si une chanson me touche je vais m'intéresser à l'artiste. Nicki et Beyoncé je suis fan de la musique et de leur parcours, et j'adore leurs musiques. Après m'intéresser à la vie des gens comme les one direction, c'est parce que t'aimes une des personnes donc tu t'intéresses au groupe. Genre je sais pas, y'a toujours dans le groupe une personne qui va te toucher, se démarquer, peut-être parce que tu te retrouves en elle. Par exemple, mon UB moi c'est Ten parce que je me retrouve en lui dans énormément de points. Puis c'est aussi le fait que ça soit quelqu'un qui a énormément bossé pour arriver là où il est et ça m'inspire beaucoup. Et Dreamcatcher j'ai l'impression qu'elles sont tellement proches de leurs fans tellement accessibles. Alors que NCT, la fanbase est beaucoup plu grande, je les aime tous et tout. Mais Dreamcatcher à la fin des concerts en ligne je chiale toujours, je les aime vraiment trop.

---

### **III. Twitter**

**Et ça a été quoi tes débuts dans le stan Twitter, ta prise de contact avec ?**

Dékà, avant j'avais un autre compte, à l'époque je mettais pas trop de trucs kpop sauf peut-etre BTS, ensuite c'est une part de ma vie que j'ai voulu éloigner et mettre de côté et j'en ai recrée un nouveau. Après j'ai eu des soucis avec des personnes du RP Twitter, donc j'étais plus à l'aise et j'en ai recrée un autre qui m'a fait rentrer dans le stan Twitter. Avant je voyais le stan mais j'y étais pas et finalement quand je suis devenue fan de NCT et que j'ai commencé à collectionner, y'a un an et quelques, je me suis retrouvée dedans.

Mais c'est venu comme ça en fait, je voyais juste des informations sur certains artistes, par exemple dreamcatcher, quelqu'un va demander une info genre "oh c'est qui cette membre" puis je vais répondre et on va commencer à parler et se follow. Après je suis pas la plus grosse stan twitter dans le sens où j'ai pas énormément d'abonnés, ou alors mon profil est juste pas intéressant.

**Justement tu m'as dit que tu t'étais fait des potes mais justement comment tu les considères et est-ce que tu leur parle toujours?**

Alors généralement les gens, par exemple les gens du RP kpop, j'étais tous les jours au téléphone avec eux, on parlait énormément, vraiment beaucoup beaucoup. J'ai commencé à avoir des ami.e.s virtuel.le.s vers 15 ans et ça a toujours été très intense, dans le sens où j'ai

parfois plus priorisé mes amis virtuels que les amis en vrai, parce que les amis virtuels tu peux pas forcément les voir et t'a des points en commun avec eux que t'as l'impression que tu pourrais jamais partager ailleurs, et ma meilleure amie actuelle je l'ai rencontré sur le RP vampire diaries, ca doit faire 6 ou 7 ans et maintenant on va dans la même fac et tout, c'est plus du virtuel. Quand les gens disent que le virtuel c'est pas le l'amitié, j'y crois pas.

### **Autre question pour revenir sur Twitter, je voulais savoir à quoi ressemblait ton compte, comment tu choisis tes photos de profil, tes headers et tout ça ?**

Alors, mon compte déjà, généralement je mets pas ma tête, ensuite comme c'est un compte de stan, si c'était un compte privé j'aurais mis ma tête, mais là c'est un compte de stan; après on a tous des pp de kpop sur le stan; avant j'avais Seulgi, maintenant j'ai Jinsoul, faut savoir que je suis une très grosse fan des girl groups, voilà, parce que généralement j'aime bien, vraiment je m'intéresse à tous les comebacks et sorties des girl groups. les boy groups, je sais pas comment dire mais c'est un peu comme avoir un copain c'est un peu exclusif, genre c'est NCT, bon les autres je vais les écouter mais ça va jamais me faire le même effet quoi. Mon header c'est Ten, je me suis dit "aller je vais faire un petit montage et je vais le mettre", ensuite mon nom, c'est même pas mon nom ca vient d'un manga, on a un nom qui matche avec une copine que j'ai rencontré sur le rp. Ma bio c'est NCT et Dreamcatcher et ma localisation c'est tous mes bias. Sinon mes tweets c'est tout ce qui me vient, genre si j'ai faim je vais tweeter "j'ai faim" et y'aura pas forcément de réaction mais je tweete quand même. Après je retweet beaucoup de trucs, bon en ce moment mon compte fan ressemble beaucoup à un compte politique, en ce moment avec les actualités politiques, le pass vaccinal et cetera, donc je vais retweeter ce qui me parle à moi, après si les gens sont pas d'accord ils m'unfollowent. Sinon je retweete beaucoup de photos de vidéos, parfois je vais même poster mes covers. C'est vraiment l'endroit où je vais parler sans vraiment me demander si ce que je dis quelqu'un va le voir, de toute façon mon compte est anonyme, très peu de personnes qui me connaissent en vrai ont mon compte, du coup bien voilà.

### **Et comment ça se passe les interactions avec les gens ?**

Au début j'envoyais des DMs aux gens, j'étais pas aussi timide que maintenant, j'envoyais des "coucou", mais en fait je sais pas les gens sur twitter, sur le stan ils ont tellement de potes, et ca peut rouler très vite, on peut être proche d'une personne mais si on entretient pas la relation ca peut finir. On peut aussi devenir vite très proches.

### **Et tu t'es déjà attachée à tes gens du stan twitter ?**

Avant oui, après récemment ca m'est moins arrivé sur le stan twitter, on se lasse plus vite. Enfin ca se tasse un peu, ca finit par être des "coucou ca va?" de temps en temps puis après on s'éloigne, même si on prend des nouvelles de temps en temps.

### **Et c'est des gens fans des mêmes groupes que toi?**

Sur Twitter oui, si on se suit c'est parce qu'on a les mêmes centres d'intérêt, les mêmes groupes de potes. Après avec quelques potes que j'ai rencontré en RP, après quand on était fans de kpop, une fois que l'une d'entre nous part sur un autre groupe on s'éloigne, genre avec une amie on était sur BTS, puis après elle est partie sur Stray Kids et moi NCT et ça a changé les choses, parfois t'as l'impression que l'amitié elle tient juste à tes centres d'intérêt en commun.

### **Et ca tu penses que c'est le fonctionnement même du stan twitter ?**

SI le stan twitter c'est en fonction de ce qu'on stan, oui y'a de fortes chances que tu sois amie avec ses gens qui ont les mêmes centres d'intérêt.

### **Et pour toi ça veut dire quoi "stan twitter", tu donnerais quelle définition?**

Ca veut juste dire être plus que fan, c'est pas des personnes qui se connaissent forcément en vrai. C'est un compte où quand on va dessus faut pas s'attendre à des trucs de la vie, mais s'attendre à voir de la kpop et ce que la personne stan. Par exemple sur mon compte, y'a énormément de kpop, après parfois y'a des guerres, genre tu peux retrouver des tweets de moi en train de me battre sur Twitter. Une fois y'avait eu une controverse sur Xiaojun qui disait qu'il était misogyne mais j'étais pas d'accord, alors oui le gars me connaît pas, mais jusqu'à 2h du matin je faisais des tweets en répondant "mais arrêtez c'est faux, ça a été mal traduit et cetera."

### **Justement les guerres ca arrive souvent ? Et t'y participes en général?**

Alors de base non je n'y participe pas, mais depuis que je suis sur le stan twitter NCT, ca peut arriver très très souvent. En fait, ca dépend le contexte, ca dépend la raison, ca dépend mon mood si j'ai envie de me prendre la tête ou quoi, si j'ai pas le temps je m'en fous. Si la personne est pas respectueuse ca me dérange.

### **Et tu parles plus de kpop ou plus de toi?**

Ah je vais parler beaucoup plus de kpop, vraiment je vais faire un petit tweet sur moi mais voilà après c'est que de la kpop.

### **Pour revenir à ta pp, tu veux renvoyer une certaine image de toi en choisissant telle ou telle photo?**

Non en fait je veux pas renvoyer quelconque image, en général je prends une photo que je trouve trop belle, genre là la photo de Jinsoul je la trouvais trop belle donc je l'ai mise. Je change selon mes moods. Après j'aime pas garder le même layout trop longtemps, j'aime bien

changé, surtout ma pp, c'est ce que je change le plus souvent. Généralement c'est mes bias donc c'est que ça me ressemble un peu, ça va toujours être sur des vibes qui me ressemblent à moi.

**Et t'as déjà essayé de sortir du stan twitter ? d'aller vers d'autres communautés ?**

Alors à un moment j'ai essayé de faire un personal account, mais je finis toujours par retweeter de la kpop, on y revient, du coup ça finit en stan account. Au début ce compte là c'était un compte personnel, mais je retweetais que de la kpop donc je me suis dit aller go ça se transforme en stan account.

**T'as déjà rencontré des gens du stan twitter in real life ?**

Bah moi j'avoue que mes amies du RP, comme je t'ai dit c'est devenu mes amis en vrai, après ceux de twitter à chaque fois on est proches que quelques temps et on a pas le temps de forcément se voir, genre on parle tous les jours pendant un mois mais après ça s'essouffle donc on a pas eu le temps de se dire "ah tiens viens on se voit". Après pour rencontrer les gens du stan twitter si t'es pas de paris, faut le permis, et moi je suis à lille et j'ai pas le permis donc c'est le train et ça coûte de l'argent.

---

#### **IV. Le genre**

**Merci pour toutes tes réponses, maintenant j'avais envie de discuter un peu de l'angle du genre dans le stan twitter, du fait de la surreprésentation féminine dans les fandoms et cetera. Est-ce que d'emblée tu as des remarques ou des choses à me dire sur ça, sans que j'aille plus loin dans les détails ?**

Alors moi mon avis c'est que les filles se sont intéressées à la kpop c'est vrai, mais y'a pas que des filles. Par exemple, j'ai un copain depuis trois mois et il a grave commencé à écouter de la kpop depuis que je lui en parle. Genre maintenant dans sa voiture il met de la kpop, il adore nct dream et il kiffe Renjun. Mais y'a plein d'autres garçons, genre dans ma classe; y'a beaucoup de garçons qui écoutent de la kpop et ça n'a rien à voir avec le genre ou même l'orientation sexuelle. Comme les filles en parlent beaucoup, les gens vont se dire oh c'est un truc de filles, alors que rien n'est réservé aux filles ou aux garçons. Juste les gens ont le cliché des filles qu'ils vont appeler des "groupies" fans de beaux gosses qui sont là "oh my god il est trop beau" alors que ça n'a rien à voir. Evidemment on trouve beau les personnes qu'on stan, mais c'est aussi surtout parce qu'on l'aime bien, on va le trouver encore plus beau parce qu'on l'a aimé pour un truc.

**Je suis d'accord, mais je me pose la question sur comment ça se fait qu'on rencontre plus de filles dans ces cercles, tu penses que ça correspond à des stéréotypes de genre ? Est-ce**

## **qu'il y'a une différence entre les fans féminines et les fans masculins de milieux plus masculins?**

Moi ce qui me vient là c'est qu'il n'y a pas que des fandoms de filles, genre par exemple pour Dreamcatcher là dans la salle y'a des giga gros fanboys, on entend des cris d'hommes. Pour moi, c'est en France qu'on a des giga gros stéréotypes parce que moi j'aime bien regarder les reactions aux comeback, et y'a beaucoup d'hommes qui réagissent. Notamment aux Etats Unis ou même je suis un gars, il est allemand, et y'a 0 soucis avec ça. Alors qu'en France on est giga bloqués avec ça, je suis en train de dénigrer la France, de la casser, mais pour moi y'a un giga souci d'ouverture d'esprit.

Et autre truc, si on te parle de j-rock ou de manga c'est kiffe-kiffe, y'a des deux; mais alors par contre la kpop on va te dire c'est pour les meufs. Sinon y'a des groupes genre Rammstein, c'est allemand et moi j'adore, et y'a jamais un mec qui m'a dit ya que des filles, non rien à voir, alors que c'est un groupe.

## **Et du coup tu penses que ce truc de "groupe pour filles" c'est spécifique à la kpop ?**

Alors pour moi ya beaucoup, un truc, dans la kpop ou la jpop, la cpop ou même le manga hein, même si on enlève le fait des genres, ces mondes là sont extrêmement critiqués parce que c'est asiatique. Les gens ont des préjugés et stéréotypes racistes monstres. en fait les gens sont fermés d'esprit. Mais même les médias en fait ils essayent de décrédibiliser le monde la kpop, le monde du manga, même si pour eux ça va mieux, la culture coréenne est grave decridibilisée. Y'a que du côté Netflix avec les dramas ou ça va mieux. Les gens ont regardé Dernier Train pour Busan et ils ont eu une révélation, après y'a eu Parasite et là pouf les gens se sont dit "oh la Corée c'est peut-être intéressant", après ca y'est y'a eu Squid Game qui a marché. Et là pour une fois à une soirée j'ai parlé à des mecs en leur disant que j'étais fan de kpop et pour la première fois, j'étais choquée, ils m'ont pas jugée ils m'ont dit "oh j'au regardé sweet home", j'étais là "ah bon, t'as regardé sweet home?". Et y'a eu un autre film de zombie aussi, bah pareil les gens se sont intéressés. Je trouve que le monde commence à évoluer, mais c'est un peu tard, après mieux vaut tard que jamais.

Après mon copain, il était pas fan de kpop ou quoi mais il apprenait le coréen parce qu'il est fan des jeux vidéos et qu'ils ont un bon quotas de bon joueurs, mais maintenant il aime bien, il m'a envoyé l'autre fois Eleven de IVE là il est trop fan, tsais il m'envoyait le truc là "one two three for five six seven you make me feel like eleven" ca m'a fait rire.

Mais y'a toujours des gens qui vont extrêmement juger en disant "oh gnagnagna la kpop" et ça c'est aussi la faute des médias qui ont envie de façonner des stéréotypes en mode les fans de kpop sont comme ça.

## **Moi ce que je retiens aussi c'est que tu me dises que t'étais choquée que les mecs de soirée te jugent pas, t'étais conditionnée d'avance au fait qu'ils te jugent potentiellement?**

Ah oui oui, sur la kpop je m'y attends tout le temps en fait, moi même j'ai une photocard dans mon téléphone, en général je mets jamais les officielles pour pas les abîmer. \*me montre une photo de sa coque avec une photocard de Yoohyeon de Dreamcatcher\* \*puis me montre une photocard de Ten de WayV pour l'album Take Off, out of print, item rare\*

**Oh mon dieu t'as réussi à l'avoir ? Elle est impossible à trouver comment t'as fait ?**

Alors attends tu sais que c'est mon mec qui a réussi à la trouver, il s'est intéressé au trade Instagram, il a cherché les hashtags de trade et il me l'a acheté.

**Punaise mais t'as eu grave de la chance, moi j'avais pull Hendery dans un group order, puis j'ai voulu l'échanger contre Ten mais je trouvais pas, alors j'ai tenté un trade à trois parce qu'une meuf voulait Hendery, elle avait Lucas et l'autre avait Yangyang, donc j'ai reçu Yangyang, ca me dérangeait pas vu que c'est mon deuxième bias, mais Ten quoi!**

Et bah t'as vu les gens parfois ils regardent ma coque et ma photocard et se disent "c'est quoi ça? C'est une fille sur ta coque" et je souffle, ou alors "c'est un coréen sur ta coque?" "nan c'est un thaïlandais" (ndlr, Ten de WayV est d'origine Thaï). Ce qu'ils adorent faire aussi c'est prendre tous les asiatiques pour des chinois, et là WayV sont vraiment chinois donc je dis "ouais ouais haha ils sont vraiment chinois" et là ils sont venter. Ils aiment trop faire leurs remarques racistes en mode tous les asiatiques sont des chinois.

**Je veux revenir sur un autre truc, tu m'as parlé de la remarque du "ouais c'est une fille sur ta coque?" tu penses quoi de ce genre de remarque?**

Ah bah les gens sont toujours pleins de stéréotypes, ils aiment trop dire que les asiatiques ressemblent à des filles, pour je ne sais quelle raison, ils ont les traits plus fins donc ca y'est ca dit que c'est des filles. C'est déjà ridicule en plus parce qu'entre ton apparence et ton genre y'a déjà un décalage puis le sexe et le genre en plus de ton apparence ça n'a rien à voir donc c'est très con. Y'a aussi pas forcément besoin d'avoir de la barbe ou de la moustache pour être un mec, d'avoir une grosse voix, une machoire carrée. Puis les standards de beauté sont différents que ce soit en Asie, en Afrique, en France, en Allemagne où je ne sais quoi. Faut relativiser quoi. Les gens sont pas assez ouverts d'esprit.

**Du coup merci, notre entretien touche presque à sa fin, est-ce que t'aurais des remarque de choses dont on a pas parlé mais que t'aimerais évoquer ?**

Euh ben, c'est peut-être mon expérience à moi, mais y'a deux choses, déjà c'est peut-être que le stan twitter mais y'a des guerres, et parfois ça prend énormément d'ampleur pour rien. C'est du virtuel, c'est pas que le virtuel c'est pas important mais je veux dire y'a pas à souhaiter la mort des gens par internet; en fait j'ai l'impression que les gens, comme c'est sur internet, ils pèsent pas l'importance de leurs mots qui peuvent faire très mal en fait et ue comme tout le

monde est sur Twitter, fin j'ai rencontré plein d'âges sur Twitter, 14 ans, 20 ans, 29 ans; enfin je me suis déjà embrouillée sur Twitter mais je vais jamais être irrespectueuse, dans le sens où les gens ont leur propre avis sur beaucoup de choses, enfin moi j'ai mon avis sur certains groupes, même si je n'ai jamais detesté un groupe ou une idol, ça m'est jamais arrivé, je sais pas pourquoi cest jamais arrivé. Par exemple y'a des gens qui font critiquer une musique, je comprends pas pourquoi les gens se battent pour des opinions d'intérêt; pour des opinions politiques ok tu peux en débattre, mais si quelqu'un n'aime pas un groupe et toi tu l'aimes, le but c'est pas de la faire penser, les gens sont un peu trop violents. Le stan twitter peut être très violent et toxique. Je sais qu'on peut dire ce qu'on veut, que c'est légal c'est la liberté d'opinion, mais c'est pas moral. Par exemple je sais que certaines personnes, moi je suis comme ça, enfin je sais que si ça m'étais arrivé j'aurais pas supporté je suis quelqu'un qui pense beaucoup, qui fait attention au regard des autres, et quand quelqu'un me dit quelque chose ça peut me raisonner en tête des semaines, des mois, et les personnes qui vont être comme ça qui se retrouvent avec des gens qui peuvent être mauvais, ça peut être toxique.

Ensuite quelque chose d'autre, ça n'a rien à voir mais jsais que moi par exemple le stan twitter, le rp, la kpop, ça aide énormément. Je sais que quand j'avais rien j'y étais de manière abusée. Quand j'avais pas de potes, que je sortais pas de chez moi je faisais que que que que ça, que du RP, que du stan twitter, que de la kpop, je m'intéressais que à ça, j'étais tous le temps sur les réseaux sociaux, tout le temps sur Twitter. Après avec la reprise de la fac, j'avais beaucoup moins le temps. J'ai l'impression qu'après quand on sort, on a des amis et cetera, bah du coup ce qui se passe sur Twitter ca va toujours être intéressant mais les aspects négatifs vont être allégés parce qu'on a pas que ça en tête. Alors que si on est tout le temps sur Twitter, ça peut vite devenir fatiguant et poser sur le moral. Tu peux faire les deux et pas s'enfermer dans la bulle de Twitter. Si tu t'enfermes trop sur Twitter, tu peux passer à coté de pleins de chose et après te dire "bah mince, si j'avais pas été autant sur les réseaux sociaux j'aurais pu faire autre chose" et "mince bah j'ai pas beaucoup vécu", c'est ce qui m'est arrivée pendant ma dépression pendant 4 ans je me suis dit mince j'ai aps vécu grand chose en dehors des souvenirs que j'ai eu avec un écran quoi. Quand je dis que c'était abusé, c'est que parfois je me levais à 10h et jusqu'à 4h du matin j'étais dessus. A partir du moment où t'es de façon abusée dans quelque chose, dans une passion c'est chaud. Quand t'as un seul échappatoire, une seule porte de sortie, après quand il y'a un truc négatif dessus on va juste être bloqué, on aurait pas d'autre issue à notre mal-être. On a pris quelque chose pour remplir le vide mais faut faire attention à ce que ton échappatoire ne se transforme pas en prison.

## Annexe 6 : Entretien N°5, Cilla

19 Janvier 2022

### Avant propos :

Cilla étant un.e ami.e, la discussion peut parfois être dans un registre courant.

L'entretien a été fait en face à face

**Pour commencer je te remercie d'avoir accepté de faire cet entretien et d'accepter de me parler de toi pour faire quelques analyses sur les Kpop stans, leurs pratiques et leurs utilisations des réseaux sociaux.**

**Pour te remettre en contexte, je suis en Master 2 de Management des industries culturelles et je fais mon mémoire sur le stan twitter car je me suis dit que j'allais travailler sur quelque chose de proche de moi, qui allait me passionner. Du coup, je voulais aborder le point de vue communicationnel et sociologique du stan twitter, c'est à dire comment se créent des réseaux de sociabilité mais aussi comment on agit nous sur ce stan twitter. Ne pouvant pas me baser sur ma propre expérience seulement, je voulais discuter avec d'autres personnes de ce milieu. Maintenant je vais te laisser la parole et te poser quelques questions.**

---

### **I. Présentation de la personne**

#### **M.F : Présente-toi en quelques mots**

Cilla : Je m'appelle Cilla, je suis Kpop stan depuis 5, 6 ans je pense ? J'ai stan pas mal de groupes. Au début j'étais pas trop sur le stan twitter je préférais Youtube, et après petit à petit j'ai migré si je puis dire sur le stan twitter, et j'ai une expérience assez longue des changements de fandoms etc. Sinon je suis étudiant en troisième année de Licence. Et j'ai 20 ans fun fact.

#### **Que fais-tu dans la vie (études, travail, césure etc.)**

Je suis en histoire de l'art et archéologie.

#### **Avec qui tu vis ?**

Je vis avec ma maman et mon petit frère de 11 ans.

---

## **II. La KPOP**

### **Alors, comment as-tu commencé à te passionner pour la K-Pop ?**

Ok alors fun fact, un jour y'avait un hashtag sur Twitter qui était #LittleMixIsOverParty, et y'avait une vidéo que je pensais c'était Little Mix, de manière innocente j'ai cliqué et tout et en fait c'était une chanson de BTS derrière et ça m'a mené vers la Kpop. Sinon y'avait une vidéo du Rire Jaune publié y'a grave longtemps et après les trucs un peu connus qui ont *break out* dans le monde *western*.

### **Comment as tu découvert la kpop ? par quel biais ? quelle chanson ? quel album ? quel artiste ?**

Alors je crois qu'il y'a eu Big Bang, le premier artiste où j'ai vraiment regardé un MV etc. Et le premier groupe que j'ai stan pour de vrai par contre ouais c'était BTS EN 2016, avec Blood Sweat & Tears, je kiffais bien l'album, et je pense que si je le réécoute maintenant je vais bien aimer. Les références artistiques dedans j'aimais trop ça, c'est ça qui m'a intéressé, ça stimule.

### **Depuis quand en écoutes-tu ? As-tu, depuis, toujours écouté de la kpop ?**

En vrai non j'ai écouté de la Kpop de manière continue, j'ai juste pas toujours stan des groupes de manière profonde, y'a eu des périodes où ça allait j'écoutais juste.

### **Est-ce qu'au delà des références dont tu m'as parlé, il y'a autre chose qui t'a marqué dans la kpop? La musique ? la danse**

Je trouvais ça funky le fait que ça mêlait plusieurs talents artistiques, le fait qu'il y ai de la danse, que dans les MV il y'ai pas mal de travail artistique visuel, le rap, le chant. En fait il y'avait tellement d'éléments artistiques que ça stimulait en permanence.

### **La musique et le milieu artistique t'intéressaient au préalable avant la Kpop?**

J'aimais bien les milieux artistiques mais j'aimais aussi bien m'intéresser à différents genres, j'écoutais déjà de la musique dans d'autres langues d'ailleurs. J'avais une carte avec des fond de pays à colorier et dans ma carte à ce moment-là y'avait des artistes qui venaient d'Islande, des musiques latines, des musiques de Bollywood, des musiques camerounaises, parce que je suis camerounais.

**Est-ce que tu avais des a priori ? si oui lesquels ? sinon saurais tu expliquer pourquoi ?**

Ah j'y suis allé en mode "go" j'avais vraiment pas d'a priori sur la question, la musique c'est parti. J'avais pas d'a priori parce que j'aime trop découvrir de nouvelles choses, de nouvelles cultures, la musique c'est tellement un bon point d'entrée pour découvrir de nouvelles cultures, genre d'abord tu t'habitues à la langue, après tu t'intéresses à la langue, puis à l'histoire puis à comment la civilisation s'est faite, enfin moi je kiffe.

**D'ailleurs, comment décrirais-tu ce monde / cette industrie ?**

L'industrie de la Kpop, je pense que c'est quelque chose qui est fait pour distraire et s'évader du monde réel, ça a été créé pour ça de base. Je l'imagine vraiment comme l'industrie du rêve. T'as quelques éléments qui te rappellent que t'es pas dans la désillusion et le monde du rêve mais c'est façonné de telle sorte à ce que vraiment ce soit pas concret. Y'a beaucoup d'irréalisme.

**C'est à dire ?**

Ben quand j'ai commencé la Kpop y'avait vraiment des trucs très bubblegum pop, très colorés, si différent de ton monde que t'as l'impression d'aller dans une autre dimension, une autre réalité. C'est aussi parce que c'est l'Asie, que nous on est en Europe donc y'a une grande déconnexion mais c'est un peu ça. Même la manière dont la personnalité de certains idols sont faites, comment il présentent les albums etc, je trouve qu'il y'a quelque chose qui se base sur l'onirique, la limite du réel. Les performances sont très bien calligraphiées.

**Qu'est ce qui te parle dans les performances ?**

En vrai c'est une bonne question. Ce que j'aime bien dans les performances c'est le fait qu'il y'a l'idée de mélanger plusieurs médiums artistiques, et que les idols interprètent tous ces médiums artistiques de manière différente, et je trouve que le résultat est assez incroyable à regarder, ça rend des choses visuellement plaisantes.

**Et tu vois la différence entre des performers idols et d'autres qui ne le sont pas ?**

Y'a une différence dans la mesure où y'a pas les mêmes attentes, l'idée n'est pas pareille. Dans les deux cas c'est des performances, mais comme le rendu n'a pas le même but, tu peux voir la différence.

**Est-ce que la kpop peut être une passion ? si oui dans quelle mesure, si non dans quelle mesure ?**

Oui je pense, comme la musique c'est une passion, tu peux être passionné par la musique coréenne.

### **Tu considères que c'est une passion pour toi?**

Non pour moi c'est un truc funky dans ma petite vie.

### **Tu veux dire quoi par funky, t'utilises beaucoup ce mot.**

*\*Rires\** Déjà j'aime bien la sonorité du mot, je trouve ça cool. Et en gros pour moi ça veut dire que c'est "fun" et aussi y'a ce côté étrange un peu attirant t'es là "oh c'est un peu funky"

### **En termes de registres musicaux, qu'en penses-tu ?**

Je pense que ça peut être large si tu te laisses le temps d'explorer la Kpop pour de vrai. Si tu te laisses le temps d'écouter les groupes, de te laisser porter par la vibe, ça peut être large. Ça dépend où tu mets ta limite de ce qu'est la Kpop en fait, parce que par exemple y'a un groupe comme ça qui fait du chant lyrique et de l'opéra, est-ce que tu considères que c'est de la Kpop? Non parce que l'idolisation diffère et ils sont pas vendus comme des idols, mais en même temps ils chantent et font de la pop en coréen et font partie de l'industrie donc pourquoi ne pas le mettre dans la Kpop? Je pense que ça peut vraiment être très large en fonction de ce que tu incorpores dans l'idée de Kpop, est-ce qu'il y'a vraiment besoin que ça soit une idol ?

### **Et toi tu considère l'opéra comme de la Kpop du coup?**

Moi je les considère pas comme de la Kpop parce que c'est pas des idols en fait, c'est des chanteurs. L'idol c'est quand même la figure phare. Là c'est des chanteurs d'opéra très portés sur le vocal, et c'est là la limite. La limite c'est l'image et la manière dont l'artiste est vendu. Le groupe dont je te parle, les chanteurs ont pas d'image, ils sont juste présentés comme des chanteurs lyriques, ils ont quelques chansons et pas d'albums, ni de merch, c'est un petit truc.

### **En termes de danses qu'en penses tu ?**

Je trouve ça intéressant, original ça dépend des groupes, mais j'aime la progression qu'il y'a récemment dans les performances, je trouve que les girl groups ont vachement investi dans tout ce qui est formations, des performances de danse qui ont un impact visuel.

### **Toi la danse ça te parle de base ou pas forcément?**

Oui j'aime bien la danse, mais en vrai je crois qu'il y'a une période où j'aimais vraiment la danse. Voir des gens danser je me rends compte des possibilités du corps et je trouve ça ouf. Parfois je suis en mode "mais wow"

### **Et tu penses quoi des concepts?**

Je trouve que c'est bien, c'est mims, ça permet aux gens de voir ce qu'ils apprécient et ce qu'ils apprécient pas. Après les concepts peuvent vite être redondants, mais ça peut être positif parce que si t'aimes in concept et qu'il revient plusieurs fois t'es un peu en mode "yayy", mais si c'est un concept de t'aimes pas ça doit faire trop mal.

### **T'aimes quoi comme concept toi ?**

J'aime bien les concept horreur, les concepts bubblegum, cosmique, oulala l'univers.

---

### **III. Twitter, les cercles de sociabilité**

TWITTER

#### **As- tu déjà été fan d'autre chose, d'un.e autre artiste ou univers ? si oui quoi/qui et dans quelle mesure ?**

Ouais ouais ouais, j'étais fan des 5 seconds of summer, New Hope Club, tous les petits groupes ambiance tumblr oulala.

#### **T'étais sur le stan Twitter avec ces groupes là?**

Ouais, j'étais sur le stan twitter etc, moins présent que pour la Kpop parce qu'il y avait moins de contenu, moins de choses qui me demandaient d'interagir.

#### **T'as gardé le même compte entre les 5sos et la Kpop sur Twitter ? ou t'en a créé un autre ?**

C'est le même compte, j'ai juste changé *d'username* 3 fois mais c'est le même compte.

#### **Qu'est ce que tu ressens avec tel(s) artiste(s) que tu ressens pas avec d'autres? et pourquoi eux ?**

Je pense que c'est le contenu que tu as qui te donne vraiment l'impression de stan une personne, t'as un attachement à la personne en face qui te stimule et de donne l'envie de consommer encore plus de contenu. Elles ont une place importante dans mon cœur. Les 5SOS j'avais pas

d'investissement émotionnel comme j'ai pour Dreamcatcher [ndlr : girl group de Kpop] maintenant.

**Comment as tu été amené.e à te retrouver sur le stan twitter, raconte moi tes débuts, ta découverte / prise de contact avec cette partie du réseau social.**

Alors au début j'ai créé un compte avec une pote parce qu'on a été au concert de Troye Sivan. *I was gay af*, je suis allé à son concert et un peu avant ça ma pote m'a dit "oh viens sur Twitter c'est trop fun tu vas voir" c'était en 2014 les gens étaient archi misogynes mais *anyways*. Après je tweeter un peu sur la Kpop et je me disais "oh j'aimerais bien plus interagir avec le contenu que je veux" et j'ai commencé à follow des gens de manière un peu aléatoire en mode "ah c'est parti houp là", et j'ai fini dans un gc de Kpop stan, pour NCT *fun fact*, et ça m'a propulsé sur le Kpop stan twi.

**Et comment ça se fait que c'est un gc qui t'a propulsé ? Ça marche comment?**

En gros quelqu'un dit "qui veut faire un gc par rapport à ce groupe?", là c'était NCT *fun fact*, du coup tu follow leurs mutus qui follow leurs mutus et c'est sans fin.

**Tu leur parles encore aujourd'hui ?**

Pas trop non, c'était y'a longtemps.

**Et de manière générale, comment tu utilises Twitter, comment tu parles dessus? Qu'est ce que tu tweets, qu'est ce que tu fais ?**

*\*Rires\**, je tweete sur leurs musiques, j'interagis avec leurs contenus, avec les photos qui sont postées etc. *\*Rires\** j'interagis avec des mutus, parfois je parle par messages. Après sur mon Twitter y'a pas que de la Kpop dessus, parfois je vais parler de trucs que je vois, de séries, de films, ça peut être tellement de trucs. Pour la Kpop j'interagis avec les contenus que je vois dans la TL ou je vais penser à la personne que je stan et je vais avoir envie de dire un truc dessus donc je le dis.

**C'est des trucs sérieux ou des blagues en général?**

Un peu de tout, surtout des blagues bizarres genre je sais pas ça peut être large, des petites délires que je peux avoir avec moi-même. Y'a des fandoms pas drôles par contre faut accepter son destin et vivre avec *\*Rires\**

**C'est qui le fandom le plus drôle ?**

Les NCTzens elles sont très drôles; les Insomnias [ndlr : fandom de Dreamcartcher] international sont insupportables. Après je crois que je follow pas mal d'insomnia françaises, enfin pas mal *\*rires\** on doit être cinq.

**D'ailleurs tout à l'heure tu m'as parlé de *mutus*, c'est quoi des *mutus*?**

C'est des personnes que tu suis et qui te suivent en retour. Tu peux être pote ou quoi mais ça dépend de ton niveau d'interaction avec la personne.

**Et y'a des gens que tu considères plus que comme des *mutus*?**

Ouais y'a des gens que j'ai déjà vu dans la vraie vie et que je considère comme des potes normales. Mais y'a aussi des potes que j'ai jamais vu mais que je considère quand même plus que des *mutus*.

**A quoi ressemble ton compte en termes de visuel (layout), comment le choisis-tu ? Qu'à tu envie de démontrer avec ce layout, quelle image tu veux renvoyer ?**

J'avoue je cherche pas quelque chose de très esthétique en vrai, j'aime bien qu'il y'ai une coordination entre la photo de profil que j'ai et ce que je vais dire. Là en ce moment j'ai Minji [ndlr : membre de Dreamcatcher] en photo de profil, *fun fact* et genre elle me correspond. Mes photos de profil sont si larges, je peux avoir des memes, là c'est un meme en fait. Je trouve ça mims en fait, quand c'est un peu mims et en même temps pas trop sérieux tu vois c'est un peu mon type de photo de profil.

**Ok donc si tu me dis que ça te ressemble, et que tu choisis des photos de profil "mims" et "drôles" c'est que tu veux renvoyer cette image de ta personnalité ?**

Oui c'est carrément ça.

**Tu mets jamais ta tête c'est toujours de la Kpop ?**

Ça peut être de la Kpop, et comme j'aime bien les dessins animés ça peut aussi être un dessin animé que j'ai particulièrement apprécié, ou avec un personnage qui correspond à ma personne.

**Et t'es sur le cartoon twitter ?**

J'y suis un peu ouais, ils sont assez sympathiques mais j'ai pas de *mutus*, je suis juste des gros comptes qui font des fanarts etc.

**Et j'interagis pas avec ?**

C'est ça en vrai je suis un peu dans mon coin, je vais tweeter sur mes cartoons en mode "ohlala ohlala" mais voilà.

### **T'as beaucoup d'abonnés sur ton compte twitter ?**

J'ai genre 800 personnes, mais je crois que ça regroupe encore des anciennes personnes, genre je vois des gens qui tweetent sur Harry Styles, parce que j'ai toujours le même compte depuis le début. J'étais fan des One Direction mais je tweetais pas beaucoup à l'époque.

### **Penses-tu que Twitter soit un gros berceau de socialisation autour de la *stan* culture ? Donne moi ton avis, tes impressions libres ?**

Ouais c'est totalement une manière de se sociabiliser, et t'apprends pas mal de choses dessus. *Fun fact* les gens qui sont en mode "ouais la kpop ça m'a grave ouvert" je pense que c'est aussi parce qu'avec le Stan Twitter ils peuvent parler avec des gens qui sont d'univers totalement différents et ça leur permet d'appréhender le monde d'une manière différente. Et c'est qu'il y'a pas mal de personnes qui sont jeunes en fait et qui apprennent pas mal de questions sociales à travers le Stan Twitter.

### **Il y'a plus de questions sociales sur le Stan Twitter ?**

Pas plus en vrai, il y'en a autant mais ça dépend lesquelles. Par exemple, tu peux trouver plus de personnes qui sont lgbti donc ça peut te permettre aussi de te questionner dessus, ton rapport au genre, à ta sexualité.

### **Et comment t'as remarqué ça? tu sais pourquoi?**

C'est vraiment cette année que j'ai remarqué qu'il y'avait pas mal de personnes lgbti, genre dans ma TL, ça a plu de *coming out lesbien*, genre y'a eu que ça. Et j'ai réalisé qu'en fait c'est parce qu'on interagit beaucoup entre nous et qu'on peut se questionner sur justement bah par exemple si tu vois une personne qui est "oh en vrai je peux quand même un peu sexualiser une idol" et finalement dire "*oh fun fact, i'm a lesbian*" et bah ça peut grave faire comprendre qu'il y'a une différence les types d'attirance et la réalité, l'attirance réelle. Ça permet vraiment de se questionner comment toi tu vois la différence, ton rapport à ces attirances et te dire "ah en fait je voyais mon rapport à l'homme de cette manière là, mais en fait je suis lesbienne".

### **Donc c'est un lieu avec de la représentativité dans lequel tu peux *project* ?**

C'est ça et surtout tu peux *project* de manière plus simple et plus *healthy* parce que tu peux poser des questions à des gens de ta TL. J'ai déjà des mutus qui m'ont posé des questions sur le fait d'être lesbienne etc.

**Tu penses que c'est lié spécifiquement au Stan Twitter Kpop ou ça se retrouve ailleurs? Et si oui tu vois une différence ?**

J'avoue je sais pas parce que j'ai jamais été dans le local twitter, je sais pas si c'est quelque chose que tu peux retrouver. Mais y'a un lien entre ton identité de personne queer et ton identité sur le stan twitter dans la mesure où tu peux beaucoup plus explorer les types de relation qui existent. Comme tout est un peu parasocial et que rien n'est fixe, tu peux grave essayer de naviguer dans toutes les possibilités de relations qui existent tu vois sans rester bloqué.e sur ce truc qui est spécifiquement cis-het ou je sais pas. Aussi, les questions viennent plus naturellement, par exemple je sais pas si tu vois des gens interagir avec des photos d'hommes et que tu dis "mmh en fait non", alors que dans d'autres médias t'as pas forcément ça, par exemple les cartoons c'est des dessins donc t'es pas vraiment face à un homme, tu te dis pas forcément "oh je vais déconstruire", dans la Kpop t'as un vrai gars qui danse tu peux te dire "ew". Genre Johnny [ndlr : membre de NCT127] quand il danse pour un public qui aime les hommes c'est là que je réalise que c'est pas pour moi. En fait, NCT les moments où j'aime pas c'est quand je sais que je suis pas le public, ils veulent pas de moi sur le terrain là *\*Rires\**. Mais avant j'osais pas dire que ça me dégoutait, genre les *hip trusts* j'osais pas, je pensais être la seule personne à pas aimer, et un jour, comme j'aime bien tweeter tout et n'importe quoi sur le net j'ai dit "bon j'ai une confession les ami.e.s, j'aime pas les hip trusts" et en fait y'a tellement de gens qui m'ont dit "moi aussi ça me dégoute".

**Ah ouais donc parfois des gens osent pas tweeter leurs avis et quand ils voient qu'ils sont pas seuls ça fait un engouement ?**

C'est ça, mais si c'est fait c'est que ça plait à des gens et qu'il y'a des gens qui réagissent. Quand je vois des horny tweets sur des Kpop boys, parfois je me dis "mais ça vous attire pour de vrai? y'a une vraie attirance ? mais moi JAMAIS", et je me dis "bon ok si c'est une meuf, si c'est Dami [ndlr: membre de Dreamcatcher] qui commence à faire ça est-ce que je vais crier? oui Dami fait des *hip trusts* vous allez plus me voir.

Et tu vois le cas de OnlyOneOf en fait le truc que j'aime bien c'est que j'ai l'impression qu'ils l'ont fait pour eux, ils ont écrit eux même la storyline gay, pour eux. Mais le truc que j'aime pas c'est que c'est trop sexuel pour rien, du coup ça met pas forcément en avant le fait qu'ils ont pensé aux émotions de l'histoire, qu'ils ont pensé à la relation de couple entre deux hommes, qu'il y avait un vrai scénario. Ils ont un mauvais management, je pense que ça pourrait être mieux s'ils avaient une meilleure liberté artistique. Après je pense qu'ils peuvent vraiment attirer les personnes gays, qu'ils croisent des gays dans leur parcours, parce que la storyline est

vraiment mims genre pourquoi ils ont fait cette chorégraphie, il s'est passé quoi? et je pense que le management sait juste pas comment traduire des émotions amoureuses homosexuelles.

**Ca me fait penser que j'avais regardé une vidéo de Youtubeuses dont une qui était sorti avec un idol et qui était proche de la Kpop qui disait qu'il y avait énormément d'idols de la communauté lgbt, beaucoup plus qu'on croyait, et je trouve ça dommage que ça soit autant tabou, enfin t'as compris.**

En vrai ça m'étonne pas, on a le cliché que dans les milieux artistiques on retrouve beaucoup de gens gay, enfin lgbti, et je pense que c'est parce que tu peux t'exprimer autrement par l'art, alors que dans le monde réel tu peux pas forcément tu vois. Genre tu peux exprimer des émotions particulières que tu peux pas exprimer dans la vie réelle.

**Pour toi, qu'est ce que la *stan* culture ? le *stan* twitter / le *local* twitter?**

La stan culture je pense que la définition est un peu floue. Après, Eminem pour le coup quand il a créé son mot, parce que c'est vraiment "fan" et "stalk", ça faisait sens. Y'a des gens parfois tu te demandes comment ils savent certaines informations, l'autre fois j'ai voulu faire un quizz Nomin [ndlr : ship/association de deux membres de NCT Jeno et Jaemin, Nomin] en mode c'est funky je vais fair eun petit quizz et y'avait des questions tellement absurdes genre leur numéro de table à l'école? Déjà pourquoi t'as retenu cette information et tu l'as mise dans un quizz? La stan culture je pense que c'est ca c'es vraiment avoir des information qui sont denses, précises et de manière répétitive, c'est à dire que tu désires avoir des infos et ça de manière perpétuelle, tu veux toujours en avoir plus et interagir avec des gens qui en ont. C'est un peu une boule de neige, c'est t'as une info, t'en veux plus puis plus puis tu parles avec des gens qui ont aussi des informations.

**Et tu penses que c'est accentué avec Twitter ?**

Oui parce que tu peux interagir encore plus facilement avec les gens qui ont ces informations, hop tu tweetes tu parles tu demandes aux gens où est-ce qu'ils ont eu l'info et ça circule comme ça.

**Tu m'as aussi dit le mot "parasocial" tout à l'heure, je voulais revenir dessus et que tu me dises ce que ça signifie pour toi ?**

"Parasocial" pour moi c'est tout ce qui est plus que du social parce qu'en fait le social c'est surtout comment tu interagis avec les gens etc, c'est une relation que t'as avec autrui, alors que le parasocial ca englobe tous les éléments du social, mais pas forcément interagir dans le même milieu, c'est vraiment une interaction qui se développe sur pas mal de plans, sur un plan émotionnel, sentimental, quand tu t'imagines des liens qui vont créer ta vie sociale.

## **Et comment elles sont accentuées ces relations parasociales ?**

C'est du marketing, parce qu'en fait les informations que t'as tu peux pas vraiment aller les vérifier donc tu peux aller interpréter tout ce que tu veux de manière si différente; les *full* débats que les gens ont c'est parce qu'ils ont interprété les choses de manière différente. Tu vas mettre deux *stans* ensemble, ils vont avoir les mêmes informations et ça va être des interprétations totalement différentes. Par exemple Jaehyun [ndlr : membre de NCT] va avoir des identités grave différentes, c'est genre soit le gars frat boy etc, soit le gros sentimental de ouf, et en général tu peux deux Jaehyun stans dans une pièce et tu leur demande de le décrire elles auront des visions différentes. T'en as une elle va dire "*frat boy* dégueulasse, il met pas de draps" et l'autre "c'est un lover il écoute du RnB, ça se voit il t'offre des fleurs au premier date" et t'es là en mode "damn!" Et tout est lieu d'interprétation et ça se base sur du marketing où on laisse assez de place pour que les fans puissent s'imaginer des trucs. En fait, comme sur toutes les personnalités de base, y'a des blancs, y'a des trous à combler et tu cristallises tu mets ce que tu veux, comme sur des personnes réelles. Y'a tellement de mots et d'adjectifs pour décrire les gens. Tu peux penser une connerie en mode Jaehyun c'est un lover et il est comme ça parce qu'il a eu le cœur brisé *or whatever*, et t'y crois pas toi même mais c'est marrant.

## **Qu'est-ce que ça signifie pour toi être fan?**

Pour moi être fan c'est quand t'apprécies la musique mais aussi l'univers du groupe.

---

## **IV. Cercles sociaux élargis**

### **Comment vis-tu "la vie de fan" en dehors de twitter ?**

En vrai j'en parle beaucoup dans la vraie vie, ça fait partie de moi d'aimer tel artiste, d'apprécier telle musique, et ça se mêle à ma vie de tous les jours. Si par exemple dans une vidéo je vois une référence à un musée où je suis allé ça fait plaisir, ça mêle des univers que j'aime.

### **Est-ce que tu achètes / consommes de la kpop autrement que par l'écoute / le visionnage ? (cf. achat d'albums et items, collection)**

En réalité pas beaucoup je dois avoir 5 albums et j'ai eu quelques albums en cadeau aussi. J'ai un.e pote vachement dans les achats et collections qui avait fait un group order pour The Boyz et il lui restait plein d'albums, et j'étais dans ma era où je les aimais bien je me suis dit "hmmm funky..." et iel essayait rien de s'en débarrasser donc c'était grave dure pour iel quoi donc je

lui ai pris. Après dans ma chambre avec les albums tu vois que j'aime la Kpop, mais je fais pas trop de démonstration.

**As tu rencontré des ami.e.s kpop stan sur Twitter ? Ailleurs ? Les as-tu vu en vrai après ? As-tu une relation différente avec eux que d'autres amis? des manières d'être particulières ?**

J'en ai rencontré quelques-unes et quelques uns, et on a pas une relation différente, c'est juste qu'on a un intérêt en commun en plus, il y a un truc en plus à partager donc on en parle plus mais c'est pas forcément des amitiés différentes.

**Que faites-vous ensemble quand vous vous voyez ? Avez-vous des activités spécifiques ?**

En soi rien de très particulier, on va prendre des cafés ensemble, on va voir des musées. La Kpop c'est un point d'entrée pour se rencontrer mais après c'est des amitiés classiques.

**As-tu un certain sentiment d'appartenance ? de communauté ? et ce sentiment est-il différent dans tes autres cercles d'ami.e.s, si tu en as ? est-ce que c'est lié seulement à votre passion commune ou à d'autres biais identitaires ?**

Comme c'est des personnes que je vois moins fréquemment c'est pas forcément des relations poussées, mais c'est genre des potes. Comme si tu te fais des potes à l'école et le sujet principal c'est l'école, bah là le sujet principal c'est la Kpop.

**Je voulais savoir de manière générale si les relations sociales pouvaient dépasser le Stan Twitter.**

Oui en fait ça se fait pas mal hein, c'est juste que moi je le fais rarement, mais je vois beaucoup de gens qui se rencontrent, échangent et ont des gros groupes. Tu peux avoir des relations plus approfondies avec les gens avec ce truc en commun, c'est juste un autre médium de rencontre, ça peut être fort comme artificiel.

**Je voulais rebondir avec toi sur des questions de genre et ce que tu pensais de cette idée de sous-culture féminine, de fandom féminin etc. Est-ce que t'as des remarques ?**

Ca peut être considérée comme une sous-culture féminine, mais en fait ça dépend vraiment du groupe et de l'espace que tu regardes, parce que Twice par exemple leur fandom pendant archi longtemps c'était des hommes; Lovelyz leur fanbase coréenne c'est que des gars, dans les vidéos t'entends que des grosses voix de bougs là, en plus leur concept est tout mignon donc ça contraste. Sinon je pense que c'est considéré féminin aussi parce qu'il y'a ce côté *teenager*, *girly*, comme c'était le cas pour les Beatles. C'est aussi une manière d'invalider le milieu genre comme c'est *girly* on va pas s'y intéresser, parce que c'est aimé par des femmes, des petites

jeunes qui vont aimer tout et n'importe quoi, c'est une manière de minimiser l'impact que ça a et de minimiser un peu le travail des artistes.

### **Et pour toi comment ça se fait que c'est minimiser comme ça ?**

Je pense qu'il y'a une part à la fois de misogynie et de racisme parce que c'est des asiatiques. Les hommes ont une masculinité qui ne correspond pas au modèle occidental. Et ça incite aussi à renforcer les clichés racistes et fétichistes.

### **Tu crois que ça c'est typiquement français ? d'invalider ces cultures ?**

C'est particulièrement occidental je pense, en vrai y'a moyen que ça se passe dans d'autres cultures mais comme je connais pas tout, je connais pas les autres milieux, je sais que c'est quelque chose de très occidental.

### **Commentaires libres ? Quelque chose que nous n'avons pas évoqué sur lequel t'aimerais rebondir ?**

Je pense au fait que parfois les gens oublient que Twitter c'est pas la réalité, ils oublient que les avis dans la vraie vie sont beaucoup plus vastes, que les gens ont d'autres opinions qui vont au-delà de Twitter et de la Kpop.

Autre truc que j'avais pas réalisé avant mais *\*Rires\**, je pense qu'il y'a aussi beaucoup de personnes de droite et de conservateurs sur Twitter. Ca se manifeste dans les fanwars, parfois t'as des mouvements d'engrenage, genre quelqu'un dit un truc et ça s'engraine. Après je veux pas faire une généralisation, mais ça peut s'observer de temps en temps. En fait, être kpop stan ne donne pas d'indication sur tes valeurs et ta manière de penser, alors que souvent les gens disent "ah t'es kpop stans donc tu vas être plus de gauche, ou plus proche de la commu lgbt" alors qu'il y'a tellement plus de gens fétichistes qu'on croit. En vrai c'est quelque chose que tu peux observer mais c'est pas intrinsèque aux Kpop stans, c'est juste plus facile de le masquer parce que les sujets politiques sont pas nos sujets principaux de discussion, et c'est parfois t'as un truc qui transparait et tu te dis "ah en fait!"

### **Il faut donc éviter de lier systématiquement les Kpop stans à une politisation de quelque chose?**

C'est ça, pendant BLM ils avaient tenté de faire une politisation des Kpop stans, alors que vraiment si vous voulez faire une analyse politique et sociale du Stan Twitter, les gens vont réaliser que les gens sont plus conservateurs que ce qu'on croit, et que ça choque l'idée de base. Tu penses que c'est un groupe de jeunes filles, y'a cette idée que la jeunesse est plus libertaire etc alors qu'en vrai y'a des rhétoriques racistes qui sortaient si facilement. Et sous prétexte d'aimer un truc asiatique tu te places en étendard, mais est-ce que tu t'es renseigné.e sur la

manière dont tu perçois le corps des personnes asiatiques parce qu'on consomme le corps des personnes asiatiques; et c'est intéressant de voir que indirectement on peut aussi, avec la manière dont on interagit avec le corps, renforcer des clichés fétichistes qui ont été mis en place de manière historique. Par exemple, quand les gens sont choqués de voir des poils sur des *idols*, ils réalisent pas que c'est parce qu'on leur a appris des clichés comme quoi l'homme asiatique est non poilu, infantilisation etc. On a internalisé beaucoup de choses qui ne sont pas réelles, et c'est des restes de pensées coloniales en fait, et ce sont des choses que les gens ne sont pas prêts à entendre.

Il faut pas politiser le Kpop stan twitter et en faire une lecture entière en fait, par exemple en prenant BLM les gens se sont dits omg les Kpop stans sont des activistes, alors que c'est des gros bullies déjà, des gros harceleurs, on va grave se calmer. On ne peut pas parler de l'aspect politique de cette sphère, sans entrer en profondeur dessus, c'est pas aussi simple que le poids des Armys dans BLM. C'est vraiment un discours bizarre parce que les Armys flex qu'elles ont donné de l'argent pour une cause noire, mais rappelons qu'il y'a une période où les femmes noires se faisaient *dox* tous les jours. Quand elles disaient qu'elles voulaient que BTS, qui ont de la thune, fasse quelque chose pour la situation, les autres disaient "mais on s'en fout" sur Weverse y'avait tellement de "mais on s'en fout de la cause, laissez BTS en dehors de ça".

L'activisme kpop-ien c'est vraiment de la performance et ça se voit vraiment sur toute la sphère, que ça soit les idols, les agences, les fans, c'est que de la performance, y'a pas de déconstruction réelle, pas de changement. Quand BTS sont ambassadeurs de l'UNESCO et qu'ils ont un discours sur l'environnement alors que la vente de milliers d'albums ça a des dommages aussi, tu peux pas tenir ce discours, arrête de te foutre de ma gueule, c'est de l'industrialisation en masse, ça utilise de l'eau à donf, c'est du carton et du plastique, si tu veux être activiste agis vraiment. Y'a beaucoup de bonne parole mais pas d'agissement réel. BTS en plus ont grave ce discours anti harcèlement alors que leur fandom bully des journalistes tous les jours. Les Armys m'avaient quote une fois parce que j'avais dit sur Twitter que les groupes qui ne parlent pas du harcèlement que fait leur fandom participent au harcèlement, et comme là ça sous-entendait BTS, elles sont venues réagir. Mais une des premières choses qu'on apprend sur le harcèlement c'est que le spectateur est du côté du harceleur, exactement comme là.

Et sur les questions homosexuelles c'est pareil, les fans sont trop hypes quand y'a des idols qui ont des drapeaux lgbti sur scène mais en vrai y'a jamais personne qui parle dessus, la seule personne qui nous soutient et c'est un gars de TO1 et il s'est fait harceler et ça ça m'a choqué parce que c'est un des seuls idols qui soutient le mouvement politique clairement et qui est pas un peu bancal. Y'a des groupes qui soutiennent les personnes lgbti ouvertement mais ils sont rares , y'a TO1, peut-être un peu Dreamcatcher, je sais que Yoohyeon avait aussi le pin "trans" bien visible un jour, elle a aussi posté une pancarte sur l'immigration palestinienne aussi.

**Et ce harcèlement tu le vois aussi ailleurs que sur le Stan Twitter ?**

Mmmh je pense que ça tu le vois aussi sur le local twitter et ailleurs en fait, y'a aussi pas mal d'insultes homophobes qui circulent partout, y'en a plein plein, tout le temps même. Tu sais même parfois les phrases qui sont dites, t'es pas mon pote et tu me dis ça mais je te bloque, tu peux pas te permettre de dire certains trucs. Puis sinon mettre en avant le fait qu'il y'a beaucoup de personnes lgbt dans le Stan Twi en vrai t'en sais rien, ça se trouve t'as des homophobes qui se cachent derrière leurs pp. Et ya ce fait qu'il y'a des barrières qu'on arrive pas à mettre sur le Stan Twitter parce que c'est pas réel justement, alors que pour le gars de TO1, je suis désolé.e je reviens à lui parce qu'il m'a grave touché, mais le gars a tellement été harcelé qu'il est en thérapie quoi. Il a peut-être pas envie d'être traité de "twink", même si pour toi c'est funky, que certaines personnes lgbt revendiquent certains termes, ça veut pas dire que tout le monde le fait, moi j'ai eu beaucoup de mal avec le fait qu'on m'appelle "queer" et j'ai toujours du mal, genre si tu dis "j'ai un.e ami.e queer" et tu me comptes dedans, je suis désolé.e mais non. Je trouve que c'est des mots qui certes peuvent être fun et tout, mais l'historique montre que ça peut faire mal aux gens, il y'a peut-être des gens qui posent des barrières.

**Tu penses que parfois il y'a un vocabulaire utilisé par le Stan Twitter, qu'ils pensent être du vocabulaire du net mais qui en fait une vraie portée ?**

C'est ça y'a pas mal de mots utilisés à tort et à travers qui sont utilisés, dont on connaît pas les significations, genre le mot "fruity" il est fun et tout mais y'a des gens qui se sont fait harcelés des années avec quoi. Tu peux pas utiliser des mots dont tu connais pas le rapport de quelqu'un avec, c'est pas juste funky. C'est important de faire des recherches sur le vocabulaire, les conséquences que ça peut avoir, et en tant que personne lgbti racisé.e c'est encore pire. Après voilà quand t'es là t'as 15 ans tu réalises que t'es lgbti et tu vois des mots fun, tu vas pas forcément aller chercher et te dire "harcelement!" et tu vas te dire "ah c'est mims et drôle comme mot", et parfois y'a des tournures trop facilement démocratisée.

Je pense qu'il y'a une manière spéciale dont on décrit les idols, sur le Stan Twitter y'a un vrai lien entre la manière dont on décrit les gens et une exagération, genre apr exemple sur Twitter on normalise de dire "écrase moi" mais dans la vraie vie on dira jamais ça, enfin ça fait flipper. Sur Twitter t'as tendance à utiliser des termes forts alors que dans la vraie vie tu dépasseras jamais cette barrière. On a pas trop la notion de limite, genre est-ce que je désire vraiment ça, est-ce que c'est un vocabulaire que j'accélèrerais à une véritable personne? Ou est-ce que ça revient pas à ce truc du rêve et de l'irréel parce que tu donnes une image à quelqu'un mais que tu le penses pas en vrai.

**Tu penses que ton vocabulaire à toi est influencé par le Stan Twitter justement ?**

Je pense que oui qu'il y'a une influence sur comment les gens décrivent les choses. Par exemple, en tant que personne lesbienne, je réalisais pas que par rapport à des hommes, le voir en irréel ça me dérange pas, mais je réalisais pas que c'était un vrai désir, je pensais les horny tweets des gens c'était pour le fun, c'est faux, je pensais qu'on savait tous qu'on blaguait, alors

qu'en fait NON les gens blagent pas, ça les attire vraiment. Genre Jen0 me dit devant moi "aller on y va" je vais dire "nan on va lire j'imagine? bitch don't touch me", je peux avoir un désir fictif sur Jen0 et dire des dingeries sur lui parce que c'est irréel, mais dans la vraie vie on prend juste un café hein.

### **Y'a une différence entre la personne et la *persona* en fait.**

Oui y'a vraiment une différence, et je trouve que ça se voit encore plus avec 127 [ndlr : sous unité de NCT, nommée NCT127] qu'avec Dream [sous unité plus jeune de NCT, NCT Dream], même si maintenant ils sont plus mature etc, il y'a pas matière à les sexualiser, ils font pas des chorées comme 127 hyper sensuelles. Après on sait qu'ils vont grandir et que ça va arriver, peut-être qu'ils auront envie de montrer une autre image d'eux, mais là avec WayV [ndlr : autre sous unité de NCT, sinophone] et 127, ils ont une image sexy, leur fanbase est basée sur le fait qu'ils plaisent sexuellement, c'est un atout de vente. Un jour je pourrai te faire un *whole ass* discours sur le sexe dans la Kpop, parce qu'il y'a tellement de choses à dire. Mais ouais le sexe c'est un sujet de vente, comme le rêve, comme l'univers, comme le cosmique etc, et faut pas faire les hypocrites, les gens achètent aussi parce que les artistes plaisent. Mais comme les américains, je sais pas Doja Cat vend une image sexualisée également et tout le monde le sait et on s'en fiche. En ce moment on voit une espèce de tabou et diabolisation du sexe qui va tellement loin jusqu'à ce qu'on voit que les gens ont juste un vrai problème avec leur propre sexualité. Ça se voit même avec Jisung [ndlr : membre de NCT Dream de 21 ans], les gens aiment trop le voir comme un bébé et dire gngngn arrêtez de le sexualiser parce qu'il a fait tel truc, alors que lui même c'est un gars il adore séduire, il adore plaire, la manière dont il est tellement *cocky* quand il entend des gens crier son nom, ça se VOIT, quand il voit qu'il plaît là il accentue le mouvement, ça se voit. Mais les gens acceptent pas que un, les idols peuvent être sexualisé, deux ils agissent eux même en se sexualisant. En fait tout est vu négativement et dégoûtant, voire impur, alors que eux-même c'est des personnes qui agissent, qui ont de l'attrance fin ça y'est. Si le sexe vendait pas y'a tellement de chorégraphies de WayV qui existeraient pas, 127 feraient pas des covers d'albums comme ça torse nu or *whatever*. Moi je pense qu'au lieu de diaboliser ça on devrait ouvrir des espaces pour que les gens parlent tranquillement et puisse se dire "ok ça j'aime pas, ma limite elle est là, ma projection sur le sexe elle s'arrête là" sans que ça soit gênant.

C'est comme VIXX là qui ont littéralement fait un concept BDSM à l'ancienne, même dans leur album y'avait un contrat BDSM que tu pouvais signer à la fin, là ils font ça en 2022 ça serait impossible. C'est drôle parce que ça joue sur le *kink* des gens tsais, si t'aimes t'achètes mais tu peux aussi ignorer. En fait c'est comme tout, t'as des idols, comme Jisung qui kiffent tellement flirter et laisser l'imagination de leurs fans à la dérive.

**Après c'est clair que les industries culturelles jouent aussi beaucoup sur le désir et la sexualité et se jouent de ça, que ça soit le cinéma ou même la littérature qui a une vraie histoire du schéma amoureux et du désir.**

C'est ça, en littérature ils utilisent des mots spéciaux tu sais. Et sinon parfois t'as des tweets du *Ficdom* qui arrivent sur le Stan Twitter, et ça peut être des mots *hards* tsais, et les gens s'offusquent, mais en fait c'est juste pas ta limite quoi, t'as pas à *shamer* les gens. Juste on est dans une société où le sexe c'est devenu une honte, c'est pas quelque chose de *random*.

### **La pensée a tendance à s'homogénéiser ?**

En fait sur le Stan Twitter, t'as pas le droit d'avoir des idées. Tu peux te faire *jump* sur tellement de trucs, genre vraiment *random*. Et je trouve ça dommage en fait. J'ai vu un truc en cours sur les moutons et les chiens, et en gros les moutons quand ils sont en troupeau et qu'un chien arrive dans la bergerie, ils vont tous paniquer et mourir bêtement. Ils meurent parce qu'ils vont tous courir dans la même direction et dans le même coin au lieu d'aller dans un enclos. Le Stan Twitter c'est vraiment le troupeau de moutons tu vois, t'as le chien qui va dire une idée qui change un peu de la masse et t'as tous les moutons qui vont s'agglutiner. Y'a des gens qui se font *ratio* je me dis "force à vous".

### **Tu penses que ça c'est lieu à l'individu ou c'est des questions de fandoms?**

Je pense que c'est aussi beaucoup des fanwars parce que parfois y'a ce truc de on s'en fiche de l'idée qui est derrière, c'est juste j'aime pas ton idée et j'aime pas qui tu représentes, tu deviens limite plus ton individu mais tu représentes une masse et ça t'enlève même ta propre idée. Genre tu vas dire un truc on va te dire "nan mais tu stan NCT", et alors? Est-ce que le fait de stan NCT m'enlève mon individualité ? Les gens vont soutenir des idées qui émanent d'un fandom, c'est pour ça qu'il y'a du harcèlement de masse, parce qu'ils vont suivre les gens de leur fandom. J'ai l'impression qu'il y'a pas de place pour penser sur le Stan Twitter, déjà sur Twitter c'est pas facile d'exposer des idées compliquées parce que les gens voient UN tweet qui n'est pas ce qu'ils veulent et ils retiennent que ça et détournent tout ce que tu dis. Aussi, les gens oublient que t'as pas forcément les mêmes valeurs que les gens que tu stan, en tant qu'individu j'ai d'autres valeurs que mes artistes, c'est logique. En fait sur Twitter tu dois dire quelque chose d'assez général pour que ça corresponde à plusieurs groupes, et pas te faire attaquer par un *fandom*. Si tu parles de quelqu'un de précis, même si tu dis quelque chose de social ou engagé, tu vas quand même te faire harceler, c'est pour ça que les journalistes se font harceler parfois, parce que les gens se sentent titillés.

Le problème avec le Stan Twitter c'est que ça doit être très compliqué d'en parler de manière académique, parce que l'ego des gens est trop touché et que ça fait mal. Mais c'est le principe de la sociologie et du journalisme, c'est fait pour te déplaire et montrer les comportements d'un groupe social et d'une société. Parfois ton groupe agit mal et oui ça fait mal mais c'est fait pour ça. Et aussi y'a vachement de victimation des Kpop Stans qui disent "gngngn mon groupe préféré tout le monde les déteste gngngn" mais c'est le cas de tout le monde, ils ont tous des gens qui les aiment pas c'est rien roh, tu peux pas donner une critique constructive sur le

groupe. A quel point t'es attaché à quelqu'un émotionnellement que tu es prêt à défendre ton artiste.

Et y'a aussi une sorte de complexe de supériorité sur les Kpop Stans genre "oh moi je suis originale je stan un truc différent" alors qu'ils tombent dans des rhétoriques archi racistes et sont pas déconstruits, un peu orientalistes. Genre t'aimes quelque chose tellement lointain, tellement exotique et tu *flex* en mode intellectuellement t'es au dessus de quelqu'un

Ça me fait penser au fait que la vulgarisation du militantisme, c'est exactement ça sur le Stan Twitter, je pourrais en parler des heures. La performance est tout le temps là. Y'a eu beaucoup de mots de sociologie qui ont été vulgarisés comme le *white passing*, l'*asian fishing*, la *comphet*, et les gens vont croire qu'ils sont déconstruits parce qu'ils connaissent les mots de phénomènes sociaux, ils vont se dire "*oh i get this*" et penser que ça suffit à connaître. Ils vont se dire "MOI j'ai une identité politique et sociale" et quand tu vas leur demander de vraiment décrire les mots ils sauront pas, ils vont être perdus. Une des raisons pour laquelle c'est "performatif" c'est que c'est une niveau de surface, c'est qu'il y'a juste les mots clés. Mais maintenant prends ces mots clés, va les définir, connais leur histoire, essaye de mettre en lien avec des choses du quotidien. Par exemple, tu vas voir le mot fétichisme, et t'es fan de Kpop, tu peux grave faire des petits liens et ça sera beaucoup plus facile à comprendre. Parfois les gens et leurs se rendent même pas compte de leur propre construction et comportements internalisés. Tu vas demander la notion d'Asie à un Kpop Stan ils vont penser qu'à l'Asie de l'Est mais pas avoir d'approche sur le colorisme ou de comprendre les dynamiques de pourquoi telles personnes sont choisies pour la Kpop etc. Tout est connu de manière vague en fait, après peut-être que j'abuse parce que moi-même je dis plein de conneries sur le net, et je suis pas plus déconstruit que les autres, mais parfois je me dis "oh cette personne connaît ce mot clé" mais en fait ils se contredisent et tu penses avoir une discussion sympathique avec eux et en fait non. En fait, ça manque de profondeur parfois. Faut réaliser que parfois même tes propres comportements sont pas totalement déconstruits, que tu perpétuer une forme de fétichisme et d'orientalisme et faut en être conscient. Alors certes la seule vision des gens asiatiques comme fétichisme est pas correcte non plus, ils existent pas que pour être fétichistes, mais faut poser la question et trouver la balance entre les deux. Par exemple pourquoi tu lies les idoles à de la pureté ? Pourquoi t'es gêné de voir des poils sur des personnes asiatiques ? Y'a des restes. Faut réaliser que tout est une dynamique sociale, et la manière dont tu interagis dans un milieu social est construit. Tout est une construction et tout doit se déconstruire. Mais pour déconstruire il faut poser des questions. Si tu vois un *idol* dire quelque chose de coloriste alors dis moi pourquoi, et ça vient d'où, pourquoi il a tenu ces propos coloristes, c'est quoi la notion derrière. Je prends l'exemple de Lucas qui a eu des propos grossophobes et les gens ont juste eu la conclusion de "oui mais c'est normal en Chine ils pensent comme ça", mais ça n'enlève pas le propos, est-ce que ça veut dire qu'on ne peut pas le dénoncer ? Pourquoi on le laisse pas les personnes de la culture concernée en parler ? Ils réalisent pas qu'il y'a des mécanismes qu'on reproduit, on est dans un impérialisme blanc là où on reporte nos idées calquées sur la Chine et comment ils pensent, comment ils sont construits parce que "oh mon dieu on est

woke”, alors que non. En plus Lucas est même pas aimé en Chine justement parce qu’il est grossophobe, tu peux pas réduire la Chine a une idée calquée, il y’a pas 3 chinois qui ont créé une société, la Chine c’est grand. C’est des pensées racistes qui viennent directement de comment tu considères les personnes asiatiques.

Annexe 7 : Entretien N°6, Inès

22 Janvier 2022

**Avant propos :**

Inès étant une amie, la discussion peut parfois être dans un registre courant.

L'entretien a été fait en face à face

**Pour commencer je te remercie d'avoir accepté de faire cet entretien et d'accepter de me parler de toi pour faire quelques analyses sur les Kpop stans, leurs pratiques et leurs utilisations des réseaux sociaux.**

**Pour te remettre en contexte, je suis en Master 2 de Management des industries culturelles et je fais mon mémoire sur le stan twitter car je me suis dit que j'allais travailler sur quelque chose de proche de moi, qui allait me passionner. Du coup, je voulais aborder le point de vue communicationnel et sociologique du stan twitter, c'est à dire comment se créent des réseaux de sociabilité mais aussi comment on agit nous sur ce stan twitter. Ne pouvant pas me baser sur ma propre expérience seulement, je voulais discuter avec d'autres personnes de ce milieu. Maintenant je vais te laisser la parole et te poser quelques questions.**

---

**I. Présentation de la personne**

**M.F : Présente-toi en quelques mots.**

Inès : Je m'appelle Inès, j'ai 21 ans; et concernant ton objet d'études, je suis fan de Kpop depuis la 5ème donc depuis 12/13 ans, j'ai vu la fin de la *2nde Gen*, la *3ème Gen* en entier et maintenant la *4eme Gen*. Ça fait pas mal de temps.

**T'es la première de mes entretiens à m'évoquer de plein gré ces questions de générations, du coup je voulais savoir ce que c'était?**

C'est assez arbitraire, et c'est drôle parce que la dernière fois que j'ai vu un organisme en parler c'était pour la performance TXT / Enhypen où ils ont séparé les *Gens* et je voulais voir comment ils les séparaient, parce qu'en général c'est des critères comme la façon dont le groupe est *promote*, l'audience du groupe, son style et les gens vers lesquels ils vont se tourner. Par exemple la *2nde Gen*, ça va beaucoup être Hip-hop des années 90, ou bien japonais, vraiment

pas occidental; alors qu'à partir de la 3<sup>ème</sup> Gen, par exemple avec BTS et Fire, tu vois vraiment un retournement, et la 4<sup>ème</sup> Gen, le bruit tout ça.

**Et que fais-tu dans la vie (études, travail, césure etc.)?**

Je suis en L3 de droit, ça se passe plutôt bien.

**Avec qui tu vis ? Où ?**

Je vis depuis toujours avec mes parents en région parisienne

---

## **II. La KPOP**

**Alors, on a déjà commencé à en parler avec les générations mais pour rentrer dans les détails je voulais savoir comment as-tu commencé à te passionner pour la K-Pop ?**

En fait je suis du genre à phaser sur mon centre d'intérêt quand j'en ai un, je vais avoir tendance à pas passer à autre chose. Je suis passée par la phase traditionnelle clichée où j'aimais les mangas, mais c'est pas comme ça que j'ai dérivé dans la Kpop. En fait c'est tout con mais c'est via des pubs sur Youtube.

**Ah oui ?**

Oui \*rires\*, en plus en 2014 y'avait du 2NE1 dans les pub microsoft

**C'est avec la pub microsoft que t'as entendu 2NE1 pour la première fois ?**

Alors c'est pas avec cette pub mais ouais c'est le délire quoi, j'ai entendu dans une pub vite fait, j'ai shazamé et j'ai eu Big Bang

**Et t'es tombée vraiment dedans avec quelle chanson ? quel album ? quel artiste ?**

Big Bang c'est vraiment les premiers que j'ai entendu et aimé, et dont j'ai écouté les *titles*. La *title* qui sortait à l'époque je crois que c'était, comment elle s'appelle celle qu'ils ont fait à Las Vegas là, celle dans une voiture, je vais te la trouver tout de suite.

**C'est pas "Bang Bang Bang" ?**

Non attends attends. C'est "Tonight", ça m'est revenu visuellement. C'est vraiment la première que j'ai entendu, mais aussi "Somebody to love".

### **T'as écouté que Big Bang pendant un moment et après t'as découvert le reste ?**

Alors j'écoutais que Big Bang pendant un moment et après ils faisaient des parodies de drama là où ils se galochaient mdr, ils en ont fait un drôle ou G-Dragon il faisait la meuf et T.O.P faisait Lee Minho, et ils utilisaient les chansons et donc dans les chansons y'avait Shinee, donc SM, donc dans cette agence y'a un groupe qui allait débiter c'était EXO. Et c'est EXO ça a vraiment été ma période groupie dans la Kpop, c'est avec eux.

### **Pourquoi EXO et pas un autre groupe? Qu'est ce qui t'a plu chez eux?**

Alors moi j'étais déjà fan de comics à côté, et en fait le principe de EXO avec les douze personnes qui sont connectées chacun par un pouvoir et ils viennent d'une autre planète, *exoplanet*, qui a été divisée etc ça m'a beaucoup intéressée. En fait c'est leur concept que j'ai aimé. La chanson "Mama" était vachement innovante.

### **Tu m'as dit que c'est leur concept qui t'a marqué, mais peut-être aussi autre chose ? La danse ? le MV?**

Oui c'est leur concept mais je sais aussi que la danse je trouvais ça dingue, et pourtant *\*rires\** quand j'ai commencé avec Big Bang, c'était pas vraiment voilà quoi *\*rires\** YG à l'époque était pas vraiment connue pour leurs chorégraphies. Avant c'était pire, "Bang Bang Bang" c'est limite la chorée la plus structurée, les autres sons c'était n'importe quoi. C'est pour ça quand je voyais iKON danser je trouvais ça bizarre, genre chez YG ça danse ?

### **As-tu, depuis, toujours écouté de la kpop ? Tu n'as jamais arrêté ?**

*\*Rires\** Nan j'ai jamais arrêté, ça fait 10 ans là. En fait la Kpop c'est pas un genre musical à part entière, c'est une dénomination pour aller plus vite mais y'a pleins de sous-catégories. C'est pour ça que je pense que j'ai pas fait le tour.

### **Et toi t'as des sous-catégories qui te touchent plus que d'autres ?**

Franchement je suis plutôt ouverte à tout, bon maintenant ce qui est dommage avec les nouveaux groupes c'est qu'ils ont tendance à s'uniformiser un petit peu, mais à l'époque si tu voyais des groupes comme VIXX ou des groupes comme EXO qui faisaient des trucs beaucoup plus "boyfriend" bah les deux marchaient très bien pour moi.

**Est-ce que tu avais des a priori ? si oui lesquels ? sinon saurais tu expliquer pourquoi ?**

Je pense que le plus gros a priori que j'avais en rentrant dedans c'est le fait que ça soit vraiment des *fakes*, et pas seulement avec les chirurgie esthétique parce que bon quand tu commences avec des groupes comme Super Junior ou Girls Generation au niveau du fake ça y va, c'est plutôt *fake* par rapport à leurs personnalités. Ça se voit plus trop maintenant même si c'est encore d'actualité, mais à l'époque j'étais grave bloqué sur le fait que c'était des faux noms, des fausses personnalités. C'était tellement choquant pour moi, incompréhensible. Je comprenais pas le concept d'*idol* quand j'étais petite, je le voyais en chelou parce que pour moi ça dénaturait le musicien. C'était trop lointain culturellement.

**D'ailleurs, comment décrirais-tu ce monde de la Kpop ?**

C'est un modèle économique avant tout, avec des codes à part entière, qui changent en fonction des gens. C'est un modèle économique avec tout un vocabulaire, tout un , des coutumes, quand tu regardes même les périodes de comeback, périodes de promotions, les rôles de chacun, le fait que la structure des musiques ça fait 15 ans que c'est toujours la même.

**C'est la quelle ?**

Des couplets, des petites parties rap, un *bridge*, une petite *high note* qui va bien, tu vois genre.

**Il y'a des structures qui changent de temps en temps ?**

Si. Mais la plupart du temps ça reste ce modèle. Si je prends l'exemple d'NCT qui ont beaucoup ramé et apporté du changement, la structure de base reste la même. Nan ils ont ajouté le *dance break*. C'est quand en plein milieu de la chanson ils vont s'arrêter, changer complètement le son, et faire un passage de danse qui va s'avérer un petit peu plus compliqué qui nécessite qu'ils arrêtent de chanter.

**Est-ce que ce dance break tu penses que c'est fait pour que la musique soit performée, plutôt que juste écoutée ?**

Exactement. Y'a une vraie dimension performative dans la Kpop, c'est grave visuel.

**Tu peux m'en dire plus ?**

Je vais prendre l'exemple d'une de mes copines qui a écouté une chanson, qui l'aimait pas du tout, vraiment c'était insupportable pour elle; mais à partir du moment où elle a vu le MV ET la performance, elle a complètement changé d'avis sur la chanson.

**C'était quoi comme chanson ?**

*\*Rires\** , c'était "drunk-dazed" et c'est Mila<sup>221</sup> *\*rises\**. En fait l'univers du MV et du groupe l'ont fait changer d'avis sur la question. Je suis assez d'accord pour dire que le MV c'est important pour l'expérience complète du son. Je sais que pendant le Covid ils avaient tendance à d'abord sortir l'album puis ensuite le MV mais moi j'attends toujours le MV, j'écoute pas sinon. Je sais que pas mal d'autres gens font ça aussi.

### **Tu m'as parlé d'expérience complète, tu peux développer ça ?**

En fait, les *idols* de Kpop on les attends sur plusieurs domaines de compétences. Il y'a ceux plus portés sur la voix, les *vocals*, il va y avoir les danseurs qui sont censés être mis devant pendant les passages un peu complexes, il y'a les *visuals*, parce que c'est un talent d'être beau messieurs dames, non j'assure que c'est plus compliqué que ça parce que le fait d'être une vitrine pour le groupe c'est un talent. Il y'a ceux qui vont être plus doués en communication et ça ça se verra à un autre moment que juste dans la performance. Il en faut, c'est important mais par exemple Johnny de NCT il joue beaucoup dans la popularité du groupe, notamment à l'étranger, parce qu'il parle couramment anglais et c'est un personnage sociable et drôle. Ils sont pas tous obligés d'avoir le *whole package*, mais quand tu fais l'addition de tous, le groupe est assez complet pour avoir tout ce qu'il faut pour une bonne performance, à savoir des bons chanteurs, des bons danseurs, des bons *entertainers*.

### **Là tu me parles de leur rôle mais je veux aussi et surtout savoir ce que toi ça te fait cette expérience complète, qu'est ce que ça te procure ?**

Moi j'ai tendance à bien aimer les groupes à concept. Bon là mon groupe préféré NCT a un concept qui change tous les quatre matins et ils pensent qu'on voit pas *\*rises\**, et là je sens qu'ils font un truc solide avec le *kwangya* pour le SM universe mais ça devient compliqué à raccrocher tous les wagons. Mais ouais l'expérience c'est de raccrocher tout à un concept, de pouvoir faire tes petites théories, de pouvoir voir les différentes performances et comment elles changent, parce que le concept joue sur la performance aussi. Les MAMAS ça va être en fonction de ce qu'ils font et leurs concept, NCT en 2017 ils sont partis avec des cases qui s'allument c'était très Neo City, neo-technology.

### **Est-ce que la kpop peut être une passion ? si oui dans quelle mesure, si non dans quelle mesure ?**

Je suis un peu réticente à l'idée de dire que la Kpop c'est une passion, parce qu'encore une fois c'est un type de musique. Donc si la musique est ta passion oui, si la Kpop est ta passion je sais pas ? Après si t'es passionnée de l'histoire de l'industrie pourquoi pas, mais si tu parles de passion au sens musical pourquoi pas. Mais je ne le décrirais pas comme passion.

---

<sup>221</sup> Fan également interrogée pour ce travail de recherche

### **Pour toi c'est quoi une passion alors?**

Pour qualifier de passion faudrait qu'il y ait matière à, enfin tu vois quand t'écoutes de la musique tu peux pas discuter. A la limite tu peux être passionnée d'un groupe ou de l'industrie mais tu peux pas être passionnée de Kpop parce que t'aimes bien tel groupe, tel groupe, tel groupe. Je dirais pas que je suis passionnée de pop parce que j'aime bien Justin Bieber et Bruno Mars tu vois. Mais c'est un terme assez abstrait, et moi je me voyais pas dire passionnée

### **Je vois. Je voulais aussi développer autour de ce que tu pensais en termes de registres musicaux, qu'en penses-tu ?**

Alors aujourd'hui les genres sont moins définis qu'avant, ce qui est pas forcément une mauvaise chose. Les groupes s'essayent à pleins de trucs différents donc c'est pas plus mal. Par exemple certains sont de KHH [*ndlr* : K-Hip-Hop] je les ferais totalement rentrer dans la catégorie Kpop, même si les fans de KHH vont dire "quelle horreur". En fait je vois pas pourquoi KHH serait séparé du reste parce qu'au final c'est la même industrie. Y'a des chansons qui vont être full rap, d'autres balades toute douces, d'autres qui vont frôler le rock. Je pense à "MAMA" d'EXO y'a des petits passages où ça gueule bien. Pour moi ça rentre dans des genres musicaux classiques quoi. Après y'a d'autres catégories qui sont pas seulement musicales, on revient encore au concept mais tu vas te dire "ouais eux ils vont faire des sons plutôt frais, eux ils sont spécialisés dans des sons un peu plus dark, eux ça sera sexy sensuel", par exemple tu prends The Boyz, ils sont bien énervés bien dans le sexy sensuel, c'est pas un genre mais par rapport à leur concept tu peux les ranger comme ça. Enhypen, comme tout groupe au début qui n'a pas prétention à changer le monde, ils font des concepts un peu mimi "boyfriend" quoi, là c'est les vampire boyfriend, mais comme EXO au début où c'était les aliens boyfriends *\*rires\**, ou comme Monsta X avec leurs uniformes etc. Même BTS ils ont déjà eu cette storyline un peu avec "I Need U" et tout. D'ailleurs Enhypen j'avais peur que le concept vampire s'essouffle mais en fait avec "Blessed-Cursed" ou "Tamed-Dashed" tu vois quand même le fil conducteur et la storyline derrière les clips. Ça suit une logique tout en arrivant à se renouveler.

---

### **III. Twitter, les cercles de sociabilité**

**As- tu déjà été fan d'autre chose, d'un.e autre artiste ou univers ? si oui quoi/qui et dans quelle mesure?**

J'ai été fan de tonnes d'univers. Déjà petite j'étais très fan d'Histoire, d'antiquité, je lisais tout tout ce que je pouvais trouver, j'avais kiffé *les Métamorphoses*, j'avais un livre énorme sur les mythes et légendes. J'étais aussi très passionnée par la période de Louis XIV, j'étais fan de tout l'univers, j'allais sur des forums et tout. J'ai été fan de Justin Bieber, d'Elvis Presley, des personnages de Marvel, je suis une très grand fan Disney, y'a un peu beaucoup de choses  
*\*rires\**

**C'est une question un peu vaste mais qu'est ce que tu ressens avec tel(s) artiste(s) que tu ressens pas avec d'autres? et pourquoi eux ?**

Je pense que c'est d'abord une question d'éducation, le fait que je sois fan de Disney c'est ce qu'il y avait à la télé quoi, j'avais des CD quand je partais au bled aussi. Ça se ressent dans les goûts musicaux, le fait que j'ai été bercée par les Disney Channel Original Movies ça se voit, c'est lié avec le fait que j'écoute de la Kpop. Regarde même Mark [*ndlr* : membre de NCT] quand il était petit, il était sur Disney Channel de Corée, c'était un enfant Mickey, Mickey Mouse Club tout ça, ça se rejoint. C'est des points communs abstraits on va dire mais ils sont là.

**Comment as tu été amené.e à te retrouver sur le stan twitter, raconte moi tes débuts, ta découverte / prise de contact avec cette partie du réseau social?**

Le stan twitter, on m'y a amené de force, j'étais très isolée dans ma façon de stan jusqu'en 2019, c'est à dire que vraiment de 2012 à 2019 je vivais mon truc dans mon coin et ce qui est très drôle c'est qu'aujourd'hui je me demande comment je faisais, c'est à dire que j'étais vraiment au fait de tout ce qui se passait mais comment ça se fait. Je ne sais pas où j'avais mes informations sachant que j'avais qu'un seul autre réseau social, j'avais pas le droit d'avoir Facebook, ni Snapchat, le seul que j'ai trouvé et que mon père n'avait pas trouvé c'était Google+ et j'avais mes copines là-bas. Mais j'étais la seule à parler de NCT, y'avait tout un forum Kpop et quand je parlais de NCT, les gens soufflaient, même quand "The 7th Sense" est sorti ça vannait le chapeau melon de Mark, vraiment ça vannait bien, sur mon forum ça se foutait bien de ma gueule. Donc ouais j'étais toute seule, j'en parlais à mes amis qui étaient extérieurs à la Kpop, et ils m'écoutaient soit par politesse soit parce que je savais rendre le sujet intéressant, c'est une de mes qualités. Mais sinon, à un concert, celui de G-Dragon, j'ai rencontré une fille adorable, qui était non seulement ma première amie irl de la Kpop mais aussi une de mes meilleures copine. Et elle m'a dit "mais si Inès viens sur twitter c'est trop bien". Faut savoir que c'était une amie blogueuse qui était sur Twitter même quand c'était pas autant démocratisé et elle donnait pas mal d'informations. En vrai elle était pas si informée que ça, mais par rapport aux gens qui étaient pas informés du tout c'était déjà ça. Cette fille là m'a dit de venir, et c'était un gros compte sur Twitter, mais quand je suis arrivée j'ai pas du tout

compris ça m'a gonflée. J'étais sur Twitter quand j'étais petite pour voter mais j'y allais jamais, je l'ai créé en 2013 et je suis devenue active en 2019. Mon premier abonnement c'est les SM Rookies, après G-Dragon, SM, NCT, j'ai fait par mot clés. et après j'ai follow NCT France et voilà, la suite je me rappelle même plus. Mais après je sais plus comment je suis passée de "oh je suis toute seule qu'est ce que c'est chiant" à "là y'a du monde j'aime bien", sachant que le "j'aime bien" est assez relatif parce que pour ma première expérience du stan Twitter j'étais entourée de gens assez pfff, beaucoup de pression quoi, c'était pas cool. j'ai découvert cette histoire de stan et de prouver que tu stan avec Twitter. Maintenant on s'en fout mais pendant le confinement c'était chiant de devoir prouver que tu votes, que tu streams. Le *stream* je savais même pas que ça existait, et pourtant ! Tout ce qui est chiffres j'ai découvert en arrivant sur Twitter, je connaissais pas du tout.

### **C'était compliqué dans quel sens ?**

Ouais au début c'était compliqué quand même je me mettais la pression, je disais pas ce que je voulais et tout. Par exemple Mark Lee, qui est mon ult, j'avais posté une photo de lui avec ce fameux t-shirt à rayures au Japon en disant "oh putain c'est mon petit gringalet" et on est venu me dire "ouah Inès, tu *bodyshame*, c'est chaud" et en fait c'était un moment où genre j'étais tellement entourée de personnes comme ça, en plus c'était le confinement bref. J'ai supprimé le post, et je me suis pas rendue compte je me demandais si ce que j'avais fait était déplacé, je me suis grave remise en question, et avec le recul non. Il ne vas pas aller chercher "Mark gringalet" sur la barre de recherche, et même s'il tombait dessus il aurait rigolé. Avec le recul je me dis quand même qu'elles étaient un peu concons. Du coup du jour au lendemain j'ai changé de TL et je suis partie du côté bruyant et "problématique" de la TL.

### **Et comment t'as fait justement?**

Je suis tombée sur une fille qui faisait un *selca day*, où en fait chaque mois il y'a un groupe attribué pour chaque jour pour lequel une fan peut poster un selfie avec une de leurs stars préférées qui y ressemble. J'ai fait un *selca day* en août avec Jake [*ndlr* : membre de Enhypen], il était tellement mignon, en plus avec LA photo des photos bref. Donc en gros je suis arrivée pas longtemps après l'anniversaire de Haechan [*ndlr* : membre de NCT], j'espère que tu le vois venir \*rires\*, y'a des fans obsessionnelles à la limite du raisonnable quoi qui l'ont pris en photo dans la rue en train de se péter la gueule sur le trottoir alors qu'il était bourrée, c'était tellement drôle. Mais en gros cette fille a fait un *selca day* avec cette photo et c'est comme ça que j'ai rencontré tout le monde. Elle a mis une photo d'elle avec une pantoufle en l'air en train de se casser la gueule et c'était hilarant, non seulement le *selca day* a été cité dans des tonnes et des tonnes de pays différents mais en plus elle a été bloqué par des *fansites* de Haechan, toute la bande on a été bloquées. Mes anciennes copines Twitter arrêtaient pas de dire "oh mais quelle horreur comment on peut faire ça" donc je me suis désabonnée d'elles et j'ai follow la fille du *selca day*, puis petit à petit tous ceux qui ont interagi en rigolant, c'est comme ça que j'ai rencontré toute ma TL. Ça s'est vraiment fait d'un coup. Et suite à ça d'ailleurs je me suis

disputée très très violemment avec les anciennes personnes et depuis je ne leur parle plus. Déception de la meilleure copine du début en question et qui aujourd'hui ne parle plus, elle m'a lâchée, mais aussi parce qu'elle voyait que je devenais amie avec certaines personnes qu'elle n'aimait pas.

### **Punaise c'est dingue toutes ces histoires.**

Mais en plus, ces gens là, je me suis rendue compte y'a pas longtemps que je les followais encore sur mon compte privé, parce que les abonnements privés j'ai jamais compris comment ça marchait, parfois tu vois les demandes mille ans après parce qu'elles sont cachées. Par exemple je vois que je suis abonnée à des gens alors que j'avais oublié que j'avais demandé à follow leur compte privé, et inversement. Du coup j'ai vu que sur mon privé j'avais des gens pas du tout *safe* qui balance sûrement mes tweets à sa copine, je l'ai déloguée mais ça m'a choqué de la voir.

### **A quoi ressemble ton compte en termes de visuel (layout), comment le choisis-tu ?**

Et bien déjà j'ai beaucoup de comptes que je trie selon ce dont je veux parler, et mon compte principal sur lequel je parle le plus et le plus diversifié, c'est mon compte principal Kpop. Je suis très anonyme parce que ma photo de profil c'est mon chanteur de Kpop préféré soit Mark Lee, mais en même temps je suis pas si anonyme parce que je poste beaucoup ma tête.

Les autres comptes où je m'affiche moins je me trouve plus exposée, quoi que ça se discute.

Et pour choisir le layout, moi je suis pas très douée; y'a des gens qui choisissent leur layout par saison, par couleur, elles vont changer pour que ça aille très bien ensemble; moi c'est un peu au feeling mais quand j'en ai trouvé un je le garde pendant mille ans. J'en avais un de Yuta [*ndlr* : membre de NCT] avant et je l'ai gardé 6 mois. Et mon *header* là c'était un morceau du rap de Mark dans "Kick It". Du coup c'est vraiment en fonction du mood, en ce moment, et même de manière générale ma couleur préférée c'est le bleu, donc j'ai mis Mark avec derrière la piscine de "Fever", c'est très discret et ça se voit pas, en plus mon *pinned* c'est une photo de moi habillée en bleu et c'est très bien j'aime bien. Là je suis contente, je trouve qu'il est très bien et je veux pas changer, c'est très joli.

### **Qu'à tu envie de démontrer avec ce layout, quelle image tu veux renvoyer ?**

En vrai je veux que ça soit joli et que ça me ressemble. Et en soi là ça me ressemble parce que si tu regardes ma localisation c'est "Luckyland" un monde imaginaire de *Jojo's Bizarre Adventures*, un de mes mangas préférés, et ma description c'est 28<sup>2</sup>, sachant que 28 c'est moi, 2 c'est Mark et 8 c'est G-Dragon, mais aussi Xiaojun [*ndlr* : membre de NCT et WayV].

### **Tu m'as dit que tu avais plusieurs comptes, c'est quoi les autres ?**

J'ai un compte privé sur lequel je râle principalement ou je cite avec des opinions qui peuvent être problématiques et j'ai pas envie de débattre avec des gens avec qui je n'ai pas envie dessous, soit trop personnelles pour mettre sur un compte public. J'ai aussi un compte pour l'école, puisque je suis en droit je me dois de rester informée sur ce qui se passe dans le monde donc j'ai un compte plus sérieux sur lequel je vais avoir plus d'informations soit par rapport aux études ou aux situations géo-politiques. Donc ça va être mon compte "*local*", donc dans le jargon c'est un compte normal sur lequel il y'a pas de Kpop, et encore, je m'appelle neones127 donc ça reste un petit peu *\*rises\**, voilà quoi.

### **Et sinon tu tiens un compte de fanbase ? si oui tu as combien d'abonnés et tu fais quoi dessus?**

Je suis sur une fanbase française de Mark Lee oui. Alors mon statut est assez particulier étant donné que j'ai école donc je suis pas la plus investie dessus, mais c'est la fanbase la plus suivie de France sur un des membres de NCT. Mon travail dessus consiste en la traduction de gros interviews et *posts*, et quand j'entends traduction j'entends aussi reformulation parce que la façon dont l'anglais traduit le coréen rend pas forcément justice, donc je préfère garder l'idée globale que la phrase littérale. Tu remarqueras que beaucoup de fanbases françaises fonctionnent comme ça, et je m'attache beaucoup à faire attention à ne pas le faire, surtout pour Mark. En plus en général les gens qui vont lire mes *posts* c'est pas les amis de la TL, ça va être des fans plus jeunes, qui savent pas parler anglais ou des gens qui veulent avoir des infos faciles. D'ailleurs je me rappelle d'un interview de Mark que j'avais traduit qui était très longue, et y'a beaucoup de gens qui m'ont fait des retours en me disant qu'ils avaient aimé la lire, que c'était agréable à lire et tout, j'étais vraiment très contente.

### **C'est vrai que c'est important d'avoir une traduction correcte qui retransmet vraiment l'idée de l'artiste.**

Et aussi je m'occupe de la gestion des dramas de la fanbase, tout ce qui est excuses et communication de crise c'est moi qui rédige.

### **Il y'a déjà eu des trucs ?**

Oui, pour le *hashtag* #TitsOutForMarkLee, une de nos *admins* a utilisé la fanbase pour dire "mais vous avez pas honte de vous afficher comme ça, vous excitez les pédophiles". Elle l'a très mal tourné, et les gens ont pas compris le parti-pris de la fanbase et moi je travaillais à ce moment là donc ça m'a très énervée, j'ai gueulé sur tout le monde, j'ai gueulé et j'ai fait tout supprimé. D'ailleurs y'a encore beaucoup de gens de la TL qui savent pas que je suis dans la fanbase pour des soucis d'image de la fanbase. Mes blagues sur mon compte principal sont un peu moyennes par rapport au public cible plus jeune de la fanbase donc je préfère pas mélanger ni m'associer à la fanbase directement. Et quand je vois des copines critiquer la fanbase, elles savent pas que c'est moi aussi *\*rises\**.

## **Maintenant par rapport à ta vie sociale en lien avec la kpop, as tu des ami.e.s qui sont également fans ? des mêmes groupes ?**

De base pas vraiment quand j'étais au collège, parce que c'était juste pas connu, y'avait juste personne. Après y'avait quand même des gens qui écoutaient avec moi, notamment des garçons qui écoutaient "Call me baby" [ndlr : titre de EXO] à cause des grosses voitures tout ça. Ils kiffaient quand même. Puis même en seconde y'avait NCT. Ma première copine de lycée, la façon dont je l'ai rencontré c'est parce que je lui ai dit "eh y'a mon groupe préféré qui vient de débiter avec une chanson qui s'appelle "Chewing Gum", viens l'écouter" et on est devenues copines comme ça. Elle les connaît bien, sans jamais avoir été fan, elle les aime bien, elle m'a payé ma place pour aller voir SuperM et quand je suis partie les voir et que j'ai attrapé la balle de Mark elle a pleuré avec moi. J'ai toujours eu la chance d'avoir des copains qui sont très très ouverts à ça donc ça fait plaisir. Du coup quand je suis arrivée à la fac, ma fac est pas super ouverte à l'échange en général, j'avais pas beaucoup d'amis. Ironiquement, je me suis fait des amis à la fac à distance, après j'ai toujours été familière avec les amis virtuels mais la plupart de amis virtuels qui sont devenus des amis dans la vie. Mon meilleur ami aujourd'hui je l'ai rencontré à la base sur un forum à 4h du matin, donc pour moi passer du virtuel au réel c'est très très commun, et je sais que c'est pas le cas pour tout le monde. Par exemple, quand j'ai rencontré Mila elle était hyper stressée, alors moi aussi parce que ça faisait très longtemps que j'ai pas vu quelqu'un, mais pas parce qu'on passait du virtuel au réel, ça je suis habituée. Pour moi les gens sur internet c'est pareil qu'en vrai. Après y'a certaines personnes pour qui c'est pas le cas, par exemple F. est mieux en vrai, et les filles de MarkLeeFrance disent que je suis la plus aigrie qui soit, alors que y'a d'autres mots pour me qualifier, parce que quand NCT a annoncé NCT 2021 j'ai lâché un "ok." ça les a marquées.

## **Oui on est surtout très dramatiques mais ça veut rien dire \*rires\***

Mais oui moi je trouve ça très drôle. Un jour j'ai rencontré une des filles avec qui j'étais copine sur internet parce qu'on avait le même préféré, c'est la seule raison, on s'est dit ok on se voit, et on s'est vues avec ses copines et je me suis grave rapprochée d'une d'entre elles au départ, Clélia. C'est aussi là que j'ai rencontré Jacky. Et au fur et à mesure je suis devenue proche de Clélia mais aussi de Mila et maintenant j'ai tout un groupe de copines qui écoutent le même groupe que moi, et même LES mêmes groupes que moi et quand j'ai écouté un nouveau groupe, elles sont toutes par me rejoindre \*rires\* et moi ça me va très bien.

## **Quelles sont tes pratiques sur Twitter ? Comment es-tu active ? De quoi parles-tu ? (publication de contenus, blagues, discussions avec amis, gc, spaces) parle moi de ce que tu y fais ?**

En ce moment je suis pas très active, mais en règle générale c'est vraiment de la vanne, soit je vanne mes chanteurs, soit je vanne mes amis., c'est vraiment beaucoup de second degré. Sinon

c'est rare, enfin je le fais plus trop maintenant parce que les gens sont pas très ouverts à la discussion mais par exemple tout ce qui est débats, sur le playback et tout ça, avant je prenais le temps de le faire et de discuter mais maintenant je le fais plus parce que c'est beaucoup de réponses fermées. Sinon ouais soit ça, soit juste je partage, je m'extasie devant Mark Lee, c'est à peu près ce que je fais oui.

**Tu me dis qu'il y'a plus de débat, ça veut dire qu'avant il y'en avait ? Avant tu pouvais discuter ?**

Oui, enfin j'ai l'impression en tout cas. Je mets peut-être ça sur le fait que je suis plus vieille maintenant, donc peut-être qu'avant j'étais aussi fermée à la discussion et je m'en rendais pas compte, je pense pas mais pourquoi pas. Après je me dis que c'est plus la même mentalité maintenant, ils sont dans des relations parasociales tellement impliquées que c'est comme si t'avais insulté leur soeur, puis même pour la moindre critique ou remarque, dès que ça rentre pas dans ce qu'ils ont imaginé ils vont mal le prendre. Par exemple, dès qu'on va faire une critique genre dire que tel ou tel membre fait du playback, et ça vaut pour NCT aussi, ils vont se braquer, même si c'est factuel. Une information brute et une critique, et même une critique si elle est constructive, je vois pas pourquoi elle suscite une réaction violente.

**Il y'en a souvent des réactions violentes sur Twitter?**

Oui c'est dingue, et même pour des trucs qui ont rien à voir. Par exemple, quelque chose qui n'ouvre même pas le débat, je mets une photo de quelqu'un avec un piercing au sourcil, et quelqu'un d'autre d'un autre de mes groupes avec le même piercing au sourcil et je dis "genre ils vont lancer une mode ?", dix minutes après j'ai eu des *quotes* en arabe, pas de chance pour eux je comprenais. J'ai eu 400 cités et après y'a eu tout un énorme débat en TL sur pourquoi il fallait s'énerver ou pas s'énerver d'un piercing au sourcil. Je voulais juste vanner mes favs, je n'avais aucune arrière pensée, j'avais vraiment juste pensé à mes deux favs qui avaient un piercing au sourcil et je voulais les vanner, moi je trouve ça très drôle parce que j'attendais même pas de réaction, ou à la limite faire rire mes copains.

**Et ça arrive souvent les 400 cités et les débats géants?**

Ouais en fait surtout si tu touches à certains groupes, en vrai nan maintenant ça s'applique un peu à tout le monde. J'aimerais bien te dire que ça s'applique qu'à BTS et aux Armys, mais en fait maintenant ça touche un peu tout le monde, après c'est particulier parce qu'eux ils sont endoctrinés à la *muerte* et ils sont beaucoup plus nombreux.

**L'autre fois je me suis fait *quoter* aussi rapidement par des stays.**

Ah y'a un truc qui est vraiment proche de la culture *stan* sur Twitter et qui malheureusement, je dis bien malheureusement, je pèse mes mots, c'est la culture du, je déteste le dire, du

“wokisme” et qui fait souvent débat. L’autre fois j’ai dû expliquer à quelqu’un que c’est pas normal de dire à quelqu’un qu’il doit se dire parce qu’il s’appelle Inès. La personne a fini par comprendre et effacer, elle a continué à faire la folle mais elle a compris qu’elle avait dit n’importe quoi. Parce que des fois y’a des bons combats, mais parfois les combats sont repris et instrumentalisés. C’est un peu comme les fanatiques de manière générale en fait, c’est juste prouver que j’ai raison, y’a de pas de recherche de la vérité ou de ce qu’il y’a de mieux, c’est juste prouver que j’ai raison et toi t’as tord, donc c’est crevant, t’as pas envie de parler avec eux.

**C’est intéressant que tu me parles de cette culture du “wokisme” et son lien avec la stan culture, qu’est ce que tu pourrais dire de plus ? comment ça se manifeste ?**

Je sais même pas comment ça a été amenée à se rencontrer parce que de base je trouve pas que la Kpop ce soit la première chose qui me vient quand on parle de progressisme, enfin ça dépend pour quoi, mais là c’est pour les questions sociales. C’est juste que c’est des moeurs et une culture différentes, donc par rapport à notre culture occidentale certaines choses peuvent paraître progressistes, même au niveau du maquillage, du genre et tout ça, mais pour eux c’est rien de bien neuf. Donc au delà de ça, le “wokisme” c’est pas ce qui me vient à l’esprit parce que quand tu regardes Big Bang pour qui l’appropriation culturelle est un peu le fond de commerce, ils ont jamais été inquiétés jusqu’à leur dernier *comeback* de 2018, il avait des locks et y’a eu aucune contestation à ce sujet. Encore une fois ça se discute aussi parce que YG [ndlr : l’agence de Big Bang], ils ont aussi été dans l’appréciation culturelle, la culture Hip-Hop est vraiment existante, vraiment réelle et sur la scène du rap coréen YG a vraiment apporté quelque chose donc pour moi ça se discute un peu. Mais le moment où ça a commencé à exploser c’est pendant le confinement en fait. Pour moi il s’est passé plein de choses pendant le confinement, avec le retour de *Black Lives Matter* etc, avec tout ça, avec le fait que BTS a fait des dons, et le fait que les fans s’y soient mises. Je pense qu’en fait mon explication sur ça c’est le fait que les fans soient dans un besoin constant de validation ou de démarcation, et c’est un truc très symptomatique chez les fans de Kpop en règle générale, en fait l’appartenance au groupe sur le *stan twi* est tellement forte, c’est tellement un groupe unifié même si des gens ne s’aiment pas hein, c’est tellement un groupe à part entière que déjà qu’on puisse dire et de différencier des “*locals*”, des “autres”, c’est déjà en soi quelque chose de fou mais en plus de ça le fait que si une personne complètement extérieure va vouloir évoquer le sujet de la Kpop, soit on va l’encenser soit lui dire “nan mais on n’est pas comme vous nah nah nah”, c’est vraiment un truc de ouf que j’ai jamais vu ailleurs, et qui est vraiment présent. Je trouve que ça va avec ça, les Kpop stans vont se démarquer en disant “regardez, nous on a des idées progressistes” alors que souvent les idées progressistes sont juste répétées comme des perroquets plus qu’autre chose. Parce que quand tu discutes avec eux, par exemple sur l’utilisation par Suga [ndlr : membre de BTS] d’un sample plus que mal vu, j’ai essayé de discuter avec une meuf pour dire en quoi juste c’était pas bien, elle comprenait pas quoi. Le débat qui m’a le plus choqué c’est que j’ai discuté avec une meuf qui était d’accord avec moi sur le fait que ça soit pas bien et quand je lui ai demandé de me dire pourquoi c’était pas bien, elle savait plus quoi dire, et j’ai trouvé ça

très triste. Y'a beaucoup de gens qui vont employer des mots parce qu'ils les ont juste entendus mais pas parce qu'ils veulent que ça soit appliqué, et c'est triste. Et si tu veux dénoncer une appropriation culturelle JUSTE pour dénoncer une action problématique, est-ce que t'es vraiment engagé derrière? je ne sais pas.

**Tu veux dire des gens qui vont juste pointer du doigt “ah là tu as mal agi” plutôt de que comprendre le fond du problème et voir qu'il y'a une vraie question sociale ?**

Ouais, voilà c'est ça et c'est pour ça que maintenant je les calcule plus. C'est pour ça si on me dit “ton fav est problématique”, c'est pas que je m'en fous mais si c'est ce genre d'accusation de problématique, sachant que pour moi encore une fois ça se discute sur plein de points, c'est pas avec Army64 que je vais discuter quoi. Soit on discute sérieusement et alors oui on pose un truc, ou alors soit on discute pas. Si on vient me dire “oui mais NCT ci, NCT ça” ça me passe au-dessus, surtout si c'est pour me dire “oui mais tu stan machin en mode *shame*”, oui et donc ? T'écoutes des gens qui ont fait bien pire. Si on pense comme ça, on finit plus. Prends pour exemple n'importe quelle personne de la pop occidentale, encore une fois un exemple d'un chanteur que j'aime bien comme Elvis Presley, niveau problématique on part sur des sommets là. Donc qu'est ce que tu veux que je te dise. Et même quand NCT a sorti “Limitless” en 2017, je suis même pas sûre que t'aurais soulevé ça, parce qu'on avait pas l'information tout simplement. Tu peux pas attendre des gens qu'ils aient des informations que toi-même t'avais pas, et je trouve ça fou. Tout ce qui est “*wokisme*” et *stan twitter* pour moi c'est très très nocif, ça n'a rien amené de bon, vraiment je suis super catégorique par rapport à ça. Parce que même les dons qui ont été faits pour BLM, c'était bien hein, mais c'était intéressé et ça a été utilisé comme une espèce de bouclier. Je reproche à l'agence de l'avoir utilisé comme bouclier, c'est à dire que le geste était très clairement intéressé, après bien sur c'est du business, y'a pas de soucis avec ça, mais le fait de l'utiliser comme un pare-feu je trouve ça un peu dégueulasse. Ne dis rien alors, ne prends pas position, et ça ils sont forts pour ça. Si c'est pour prendre position comme ça, ne le fais pas. Surtout que trois semaines après l'incident d'Heeseung<sup>222</sup> qui a vraiment été très violent, voilà quoi, rachat d'image.

**Je me demande comment ils décident leurs actions de communication justement, parce que là on spéculé mais on n'a pas les réponses.**

Franchement, surtout la 4ème génération. Un des marqueurs de la 4èmeGen c'est l'internationalisation et le fait d'être créés. Parce que ceux de la 3ème Gen ils ont pas eu d'autre choix que de se tourner vers l'étranger parce que BTS leur a ouvert la voie pour aller à l'étranger, encore que d'autres l'ont fait avec eux MAIS globalement c'est eux.

---

<sup>222</sup> Membre de Enhypen, dans la même agence que BTS, soupçonné d'avoir *lipsync* sur le n-word sur “Love Galore” de SZA dans un live en juin 2021. Cet incident a mené à une controverse sur le réseau social de l'agence Weverse sur lesquelles les fans se disputaient sur la véracité de ses actions, tout en s'échangeant des messages virulents et racistes. Ceci à mené au développement du hashtag “#ProtectBlackEngenes” visant à protéger les fans noir.e.s d'Enhypen et leur apporter leur soutien.

**Oui BTS sont arrivés dans un contexte de digitalisation hyper forte donc l'influence a été démultipliée.**

Tant mieux pour eux, c'est cool, c'est bien. Mais du coup c'est eux qui ont ouvert la voie pour ça, et en fait les groupes se sont identifiés à la base comme "internationaux", je pense à NCT mais aussi à Enhypen parce qu'il faut rappeler que leur *survival*<sup>223</sup> a été qualifié de "*global survival*". A partir du moment où tu prends le label international pour être plus attractif à l'étranger, tu prends en compte les attentes des fans étrangères. Je trouve ça dingue qu'il y ait pas une équipe de communication étrangère sachant que SM peut s'en payer une, Big Hits aussi et se dire "bah là pour ça, c'est pas très adapté", fin je veux dire Disney le font bien, tout le monde le fait, toutes les entreprises s'adaptent à leur marché. D'ailleurs SM quand ils ont fait un communiqué pour s'excuser pour Giselle<sup>224</sup>, ça m'a choquée vraiment très fort, je m'y attendais pas. Aespa c'est pas un groupe international pour le coup.

**C'est vrai que je comprends pas comment ils ont pu publier la vidéo où tu la vois clairement dire le n-word et ne pas s'en préoccuper, là le monde est assez informé quand même, enfin faut croire que non.**

Mais en plus c'est LA chanson qui fait tomber tout le monde, c'est le piège, nan mais ça me fait rire. Mais en plus Giselle c'est une occidentale, elle a vraiment 0 excuse, désolée mais je trouve ça hilarant. En plus elle contrairement à Heeseung c'est vraiment visible, elle s'est approchée de la caméra et tout. C'est dramatique mais c'est drôle quoi.

**Merci, tes remarques m'aident beaucoup à y voir plus clair dans l'organisation de mon mémoire et votre point de vue sur le Stan Twitter, sans oublier les "problèmes" qu'il peut y avoir.**

Y'a des trucs bien après, là je fais un monologue sur les points négatifs mais en vrai hors contexte c'est des événements un peu ponctuels, au quotidien y'a des trucs vraiment bien.

**C'est quoi ces choses bien ?**

Alors je vais prendre un exemple, même s'il me dessert parce qu'après ça a dérapé et ça m'a vraiment mis en rogne pendant une semaine et je me suis même disputée avec ma sœur. Je vais prendre l'exemple qui s'est passé aux émirats avec Stray Kids et je sais même pas qui il y'avait

---

<sup>223</sup>Un *survival* est une émission de divertissement dans laquelle les agences/labels de Kpop mettent en compétition les *trainees* (jeunes artistes qui s'entraînent dans l'agence) afin de les faire débiter dans un groupe final.

<sup>224</sup> Giselle de Aespa a été filmée en train de *lipsync* sur le n-word sur "Love Galore" de SZA de manière très visible, l'agence a supprimé la vidéo et Giselle s'est excusée par la suite.

d'autre. C'était très vague comme histoire, mais d'après ce que j'ai compris quand je lisais les tweets en arabe j'étais paniqué à la mort, je comprenais un mot sur huit. Y'avait des personnes qui s'étaient perdues et les gens par racisme ont tout de suite sauté sur l'occasion pour dire "y'a des gens qui kidnappent, vous savez comment ils traitent les femmes dans ces endroits", alors que là c'était juste un mouvement de foule avec une tempête de sable et l'écran qui est tombé, donc tout le monde a paniqué et est sorti en vitesse, y'avait pas du tout de sécurité. L'ambassade a même rejoint un *space* pour voir ce qu'il se passait et tout, donc pour ça ça dessert mon propos MAIS ça a permis de relayer des noms et des positions des gens perdus et au final tout le monde s'est retrouvé donc ça c'est positif.

Sinon je prends le jour où les Armys, lorsqu'il y avait un meeting pour l'élection de Trump, ont juste acheté toutes les places, et ce mouvement a été mis en place sur Twitter, donc c'est bien ça marche.

**C'est marrant que t'en parles parce qu'en cours avec nos profs qui étudiaient les nouvelles formes de communication nous prennent souvent cet exemple. J'avais même dû faire un article sur les Armys et c'est un sujet qui m'a été imposé, donc très drôle comme coïncidence.<sup>225</sup> Et c'est vrai que l'exemple est souvent repris par les universitaires comme un beau moment d'engagement, alors qu'il y'a encore plus à dire et à préciser. Elles sont pas seulement engagée mais y'a aussi tout le stan twitter, et il existe un vrai harcèlement de la part de la communauté aussi.**

Ah c'est clair tu prends n'importe qui qui ose toucher à BTS elles vont débarquer. Comme la pauvre Halsey qui a fait un titre avec eux , maintenant c'est leur chouchoute mais faut voir comment elle s'est fait traiter au début.

D'ailleurs, moi je suis à l'UNICEF comme tu le sais, et BTS oui ils ont leur campagne là-bas et leur message de base, c'est plus trop le cas aujourd'hui, c'était l'acceptation de soi, la lutte contre les préjugés tout ça, et maintenant c'est "permission de danser" t'as vu *\*rires\**. Quand le son est sorti j'étais en Espagne, j'ai vu que *High School Musical* était en TT j'étais contente et là je vois que c'était pour vanter BTS j'étais bien énervée, faux espoir de malade, franchement relou quoi. Mais ouais ils ont pu faire beaucoup de collectes, mais quand j'ai vu leur discours à l'ONU c'était vraiment pas bien; même si les Armys vont dire qu'il a trop bien parlé, en fait c'était ridicule de généralités et de banalités. Il a fait que dire des vérités générales pendant 25 minutes alors qu'il y'a des gens qui essayaient de discuter de la situation précaire d'enfants, enfin c'était indécent.

Mais même pour les concerts, les concerts de BTS je sais plus quelle année c'était, le 7 et 8 Juin au Stade de France, nous on avait un stand de prévu là-bas mais il a été annulé parce qu'il y'a eu vandalisation du stand, y'a des gens qui ont voulu voler nos affiches et donc ils ont dit "c'est pas *safe* on va pas vous emmener là bas" et donc on a perdu une collecte, voilà.

**Et tu penses que c'est dû à quoi? c'est spécifique aux Armys ou il y'a autre chose ?**

---

<sup>225</sup> Cours de Master 2 Magistère avec Thibaut Thomas, "La Communication Post Internet"

Après y'a le poids du groupe féminin, peut-être que mon avis est biaisé parce que je suis plutôt fan de groupes de garçons, parce qu'il y'a plus de groupes de filles qui m'intéressent. Mes groupes ont disband, j'ai plus personne Red Velvet sont plus actives, 2NE1 sont parties, 4 Minutes, Sistar, c'est la catastrophe. Maintenant pour moi elles font toutes la même chose, quand Stayc a sorti "Stereotype" je me suis dit "t'as pris Twice, t'as pris Blackpink" et t'as mélangé, après "t'as pris Aespa, t'as pris Itzy à l'intérieur et t'as mélangé". Moi j'en peux plus, elles font toutes pareil.

**Après je suis pas forcément d'accord, je pense que l'harmonisation des sons c'est toute la 4 Gen et pas seulement les filles, tu prends P1-Harmony et Ateez ça se rejoint aussi.**

Peut-être mais j'écoute ni l'un ni l'autre *\*rires\**. Fin après, oui c'est vrai, les groupes de garçons aussi. Non en vrai Stray Kids ils ont leur print à eux, je trouve qu'ils se démarquent dans leurs *titles*. Enfin leurs trois dernières *titles* se rejoignent un peu.

**Non pas du tout omg, "Back Door" ressemble en aucun point à "God's Menu" ou "Thunderous"**

Ah moi je trouve que les trois sont dans une très grande continuité. Quand je prends d'autres groupe comme NCT ou Enhypen, désolée de encore parler de mes groupes, mais ils font des trucs qui se ressemblent moins quoi.

Mais je pense que, pour en revenir à ta question sur les Armys, je pense pas que ça soit parce que c'est une communauté de jeunes filles qui sont ensemble, je pense pas parce que si tu regardes des communautés masculines y'a des dérives aussi. Je pense que c'est juste l'effet de groupe et le fait qu'un échantillon de personne se comporte mal et prévaut sur l'image de la communauté. Si je prends l'exemple des BTSpop, au début quand BTS ont explosé et que les gens parlaient de BTSpop ils se faisaient monter en l'air, c'est devenu un discours logique que récemment, maintenant quand tu dis BTSpop les gens sont pas choqués, alors que pour moi c'est d'une absurdité sans nom. C'est très grave, je rêve désolée mais c'est trop grave. C'est des go qui ont jamais écouté de musique, les Engenes qui me disent "ohlala c'est les meilleures chanteurs" mais non madame, tu les *set up* là.

**Ouais mais bon quand t'es jeune tu penses souvent que ton artiste c'est le meilleur et ça vient du coeur, c'est sincère. Regarde pour moi à l'ancienne les One Direction ou Lorie c'était les meilleurs alors qu'objectivement y'a meilleur vocaliste quoi. On est tous passés par là *\*rires\****

Oui je sais les couz' c'est des 2004, comme ma soeur mais même sans ça elle sait qu'Enhypen c'est pas les chanteurs du siècle quoi, et pourtant elle les aime beaucoup. La voix c'est pas leur

point fort encore, ils y travaillent hein. Heeseung c'est le plus stable, c'est pas ma voix préférée mais c'est le plus stable

### **Et du coup qu'est-ce que ça signifie pour toi être fan?**

Alors c'est difficile à dire parce que j'ai grave redéfini cette notion en entrant sur le *stan twi*, parce que pour moi avant c'était "écouter la musique et apprécier la musique", aujourd'hui pour moi c'est ça être fan. Je fais la différence avec le terme de "*stan*" et pour moi *stan* ça demande un engagement plus demandeur, parce que *stan* c'est un support que tu apportes, plus que juste apprécier, c'est un support économique par le fait d'acheter, même si moi j'achète pas beaucoup, mais le fait de *stream*, de partager les sons et les émissions ça compte beaucoup. Je sais que moi par exemple, je *stan* NCT ou je *stan* Enhypen, peut-être que j'achète pas leurs albums mais je leur fais de la bonne bonne bonne promo et faut dire que je *stream* bien comme il faut, par obligation, mais comme je sais que les *streams* ça compte, bah plutôt que l'écouter sur Spotify trois fois en hors ligne, je vais l'écouter avec le clip, c'est ma participation, c'est ce que je donne.

### **Après tu nous as fait acheter des albums t'as vu *\*rires\**<sup>226</sup>**

Ah tu vois ma participation existe. *\*rires\** donc je considère que c'est un support autre que d'écouter, même si j'ai rarement acheté. Je sais que j'ai jamais voulu donner d'argent de cette manière. C'est pour ça que mes albums là je les ai achetés à Mila, je les ai pas achetés à Heeseung *\*rires\**. Mais après je vais aux concerts, c'est les deux plus grosses dépenses que j'ai faites, et en plus je dis j'ai dépensé mais c'est un cadeau d'anniversaire. 235 euros pour un concert c'est beaucoup trop cher, mais comme c'était SuperM ils se sont dit "on va tous se cotiser c'est les bougs de la SM et Inès c'est LA SM Stan on va lui offrir ça pour son anniversaire." En plus j'ai eu une place très très très devant et j'ai eu la balle de Mark Lee signée, et elle trône dans ma chambre comme ça en énorme, il est rangé comme les balles des sportifs là. Ils sont quand même 7, chacun avant 4 balles et j'ai bien reçu sa balle à lui. C'était pas une coïncidence parce que j'avais ma *merch*, toute ma *merch* Kpop c'est mes copines qui me l'ont acheté, et ma copine venait de revenir de Corée et elle m'avait acheté le t-shirt SuperM de Mark avec l'application là. Il est très beau et il fait pas du tout ostentatoire, parce que moi j'aime bien la *merch* discrète, et ça ça vaut pour tout. Si tu scannes avec l'application Mark apparaît en train de danser, et ils ont chacun le leur, et il coûte 40 balles, ma copine me l'a acheté à Séoul à 20 euros. Au concert j'avais ma tenue de concert et j'avais ce t-shirt que j'avais mis que 5 min. Et y'a des fansites qui sont venues me donner des goodies parce qu'elles donnaient qu'aux Mark stan, et quel moyen de prouver que t'es Mark stan avec un énorme t-shirt. Elles m'ont vraiment donné pleins de trucs, et elles ont pas voulu donner à ma pote fan de G-Dragon là, et elle comprenait pas pourquoi elles regardaient avec un regard méchant quand elle disait "et moi et moi et moi?" et on a compris après qu'en fait elles voulaient donner

---

<sup>226</sup> d'autres amies et moi-même avons acheté des albums d'Enhypen suite à l'influence d'Ines.

qu'aux Mark stans. Ça me fait mourir de rire. J'ai vraiment eu BEAUCOUP de choses, c'était hilarant pour moi.

Et bref j'ai eu ma petite balle, il est passé pendant "It's you" il m'a vu et il m'a lancé la balle, sauf QUE j'ai pas réussi à l'attraper, elle est tombée, et il vérifiait que j'ai bien eu la balle, et là les filles ont pas couru pour aller la chercher elle m'ont fait "mais qu'est ce que tu fais? Va la chercher!" et j'ai eu ma petite balle comme ça. C'est tellement le bon souvenir quoi, je suis rentrée avec je la tenais comme ça ma mère m'a dit "t'es complètement folle" mais j'étais heureuse. Et ma pote a aussi attrapé une balle, elle a attrapé celle de Lucas, qui était son *ult* des *ults*. Baekhyun en a lancé une de notre côté aussi mais elle est tombée derrière la barrière et le vigile a pas voulu nous la ramener, donc en partant du concert la balle était encore là, c'est stupide, en plus la balle était bleue, moi j'aurais gardé. Mais bon, du coup j'ai la balle de Mark Lee, en plus c'est la rouge de SuperM et ma tenue était toute rouge. Je l'ai tellement prise en photo, c'était le plus beau jour de ma vie.

---

#### **IV. Cercles sociaux élargis**

**Tu m'as déjà parlé de ta relation avec les amis virtuels et réels mais je voulais développer, qu'est-ce que vous faites quand vous vous voyez ? Avez-vous des activités spécifiques ?**

Alors à la base, non, quand je rencontrais mes copines c'est vraiment pour rencontrer mes copines en vrai. Après effectivement la première discussion qu'on a eu c'était lié à la Kpop parce que je leur ai raconté le concert de SuperM donc exactement ce que je viens de te raconter là, ça a lancé la conversation, mais sinon on a à peu près le même âge donc les mêmes refs alors on a surtout rigolé, fait des petites blagues et apprécié la présence les unes des autres sur le moment.

J'ai eu la chance aussi de faire partie d'un projet de danse autour de mon groupe préféré, NCT, par lequel j'ai pu découvrir encore plus de personnes vraiment adorables, certaines que je connaissais déjà un peu de Twitter, et d'autres que je connaissais pas du tout, comme par exemple les soeurs, je les aurais jamais rencontrées sinon. Donc ça c'est un projet Kpop qui nous a rapprochées. Après y'a pas mal de sorties, dans lesquelles je suis pas forcément incluse, pour aller chercher des albums, mais comme moi ça c'est pas mon truc c'est pas par ça qu'on se voyait. Après est-ce que j'ai déjà fait des sorties spécifiques Kpop, oui, l'événement Niki/Sunghoo pour l'anniversaire de Enhypen au Kick café, c'était mon premier truc d'Engene. Sinon j'ai fait des événements mais c'était pas avec mes copines, c'était avec ma soeur et c'était le concert de NCT mais aussi l'anniversaire de NCT au café. D'ailleurs c'était bien cher, je l'ai fait surtout parce que j'étais entourée.

### **Ils vous donnaient des goodies à l'entrée ?**

Si mais c'est trois petites cartes en carton. J'étais dégoûtée.

### **Pour l'évent Dreamcatcher on avait du vrai merch officiel et tout! Raison de plus pour les *stanner*.**

Mdr nan mais pour moi Dreamcatcher c'est trop lié à la meuf que j'aime pas, j'arrive pas à cause d'elle.

### **Je vois, en vrai je comprends.**

### **Pour revenir à notre entretien, ma dernière question porte sur tes commentaires libres. Est-ce que tu penses à quelque chose que nous n'avons pas évoqué sur lequel t'aimerais rebondir ?**

Je sais qu'on s'est pas trop arrêtées sur les relations parasociales, et ça m'étonne parce que c'est quelque chose qui est vachement mis en avant dans la culture asiatique. Ca se fait beaucoup même au Japon et c'est quelque chose de classique pour eux, mais le fait que ça soit devenu normal pour les inter, c'est un peu plus globalisé et jamais ça a été autant le temps que maintenant, le covid a beaucoup joué mais on s'est jamais senti aussi proches des gens qu'on *stan*, et c'est pas forcément normal. Je sais que pour moi Mark c'est mon pote, et c'est pas normal, enfin c'est ma faute un peu, mais pas que la mienne *\*rires\**, mais le fait qu'il puisse autant partager, qu'on ait autant d'information sur eux et qu'ils ont pas forcément envie de partager, quand tu regardes tous les documentaires qu'on a sur Sunghoon pas sur qu'aujourd'hui il a vraiment envie qu'on les regarde. Même Niki toutes les photos qui circulent de lui, ou même Jaemin et Jisung [*ndlr* : membres de NCT Dream, anciens SM Rookies] je les ai littéralement vu grandir. Si on prends les SM Rookies, ils sont exposés dès tout jeune, et c'est pas forcément positif. C'est pas normal que je puisse me dire que ça fait dix ans que je vois Mark Lee grandir, je suis contente hein, mais c'est pas normal. Si le mec a débuté en 2016, je devrais pas avoir à le connaître avant 2016, ou alors par des projets artistiques pas parce qu'il y avait sa vie à Halloween dans les locaux de l'établissement parce qu'il se filmait tout seul.

Et là en ce moment, c'est chaud, qu'on puisse connaître les personnalités . Après oui y'avait ça avec les stars de Disney Channel où tu pouvais faire des tests pour voir à qui tu ressemblais machin, mais là on peut bien visualiser la personnalité des personnes vraiment bien, qu'elles soient inventées ou pas, je trouve ça chelou.

### **Tu trouves ça chelou dans quel sens ?**

En fait moi je trouve ça dérangeant, je vais encore prendre l'exemple de SM, même si je crois qu'ils ont abandonné, je voulais vraiment aller au COEX, parce que c'est le centre des SM Rookies tout ça, mais je crois qu'ils vont le démanteler. Mais du coup, c'était un vrai truc pour

moi quand j'étais petite le COEX, si j'allais en Corée c'est vraiment juste pour aller le voir, aller voir les petits casiers rouges et tout c'était vraiment mon rêve.

**C'est ouf comment la SM a vraiment créé un monde, a créé un endroit de divertissement comme un parc Disney mais autour de leurs artistes.**

Ah mais c'est une dinguerie. Les idols c'est des personnages. Après SM sont forts pour ça mais en général y'a toute une histoire de capitalisation de l'icône avant même qu'elle ait existé, genre chez SM on construit des légendes. C'est peut-être pour ça que c'est mon agence préférée parce que tu sais que les attentes sont très hautes, donc tant qu'à avoir des attentes et être formaté autant que ça soit chez les meilleures. Mais SM quand tu débutes chez eux, tu sais que ça va être quelqu'un à un moment, SHINee ils ont débuté, ils savaient qu'ils allaient être des légendes, fin c'est Shinee quoi, c'est vraiment des légendes. Après c'est pas évident de le mettre à l'occidentale et de dire "ce serait l'équivalent de-" parce que dans les trucs occidentaux, je vais pas dire que c'est plus naturel mais on va pas prédire le statut de légende de quelqu'un, on va dire "wow il est prometteur, à suivre", chez SM, NCT ont débuté je savais qu'aujourd'hui ils seraient là, je savais qu'ils avaient du talent mais on savait qu'ils allaient fonctionner. SM construit ses légendes, c'est pas pour rien qu'ils ont des musées des *achievements* de leurs groupes, t'as les différents clips, ils ont vraiment créé un truc autour de ça. Ils voulaient aussi créer un hôtel dans lequel tu pouvais aller avec des hologrammes de tes *favs*, et ça mon gars on aurait vraiment atteint un cap. Et si c'est vraiment encore en discussion c'est très grave. Déjà le fait qu'ils aient vendu un porte bijou moulé sur la main de Taemin [*ndlr* : membre de SHINee], pour moi c'est déjà très grave. J'étais horrifiée. Le pauvre Taemin qui a rien demandé quoi *\*rires\**.

**J'ai une question ouverte mais tu penses qu'ils se nourrissent de nos insécurités et incapacités à aimer des gens in real life donc nos projections sur des images fantasmées des artistes, ou tu penses qu'on est juste conditionnées par une industrie qui fait bien son taff marketing?**

Les deux pour moi. Y'a le fait qu'il y ait une vraie envie d'être face à des personnes rassurantes, toujours pareilles, toujours très clean, et aussi le fait que toi t'es là t'es une personne normale et tu te laisses avoir par le charme, ça crée un sentiment de sécurité.

**Je me demande si certaines personnes sont conditionnées à devenir plus fans que d'autres ?**

Je pense. Parce que souvent tu deviens fan par dérive, par accident mais surtout parce que tu cherches à te différencier, tu cherches quelque chose d'assez prenant. En tout cas avant c'était le profil. Maintenant t'as aussi des gens qui viennent par curiosité et qui se font embrigader. Mais je pense qu'avant c'était une recherche de ce genre de chose. Et en même temps c'est paradoxal parce qu'avant leur image était plus lisse mais moins lisse que maintenant, c'est que

avant ils pouvaient pas dire tout ce qu'ils voulaient et leur personnalité était moins défini qu'aujourd'hui, c'était des personnalités standard t'avais le calme, le bruyant, le bizarre, le machin, le 4D. Dans EXO, Chanyeol c'était le 4D, et je trouve ça dingue que cette expression n'existe plus alors que pendant des années, V de BTS c'était un 4D, Vernon de Seventeen c'était un 4D, c'était le mec un peu détaché, *goofy boy*, c'était LE terme des termes. Ça n'existe plus du tout maintenant.

Parallèlement à ça ils pouvaient avoir des interactions avec les autres *idols* sans que ça soit super analysé, ils pouvaient être amis, même avoir des performances de collaboration; alors qu'aujourd'hui, c'est des trucs dont ils se gardent grave, y'a moins de collaborations entre agences, y'a jamais de discussion entre des filles et des garçons. Je le vois beaucoup avec Enhypen récemment, quand y'a eu les MAMA<sup>227</sup>s là, non seulement ils sont plus à la même table tous ensemble avec d'autres groupes, je trouve ça affreux, c'était le but des MAMAs normalement les interactions. Avant les gens attendaient des interactions entre les groupes, maintenant c'est plus le cas. Avant c'était une plus-value, maintenant c'est source de problèmes. Et vraiment ils regardaient droit devant eux pendant la cérémonie, ils essayaient de parler le moins possible aux gens autour d'eux, et ça m'a beaucoup étonné, par exemple je sais que Jake a dit qu'il voulait parler aux membres de Stray Kids, et il leur a pas vraiment parlé, parce qu'en fait quoi qu'il fasse, s'il a le malheur de lever les yeux aux cieux ou même regarder trop insistamment une performance ça va être mal interprété. Les gens vont dire "woah t'es amoureux et tout", mais si tu regardes pas assez on va te dire "woah putain le mec est trop malpoli", c'est un truc de ouf.

### **Si c'est plus récent tout ça, c'est dû à quoi à ton avis ?**

C'est ça en fait, les frontières de la relation parasociale se sont tellement **épaissies**, la personne est tellement dedans que t'as l'impression que t'es dans ton cercle social et que tu connais la personne, alors que tu sais pas ce qu'elle pense la personne. Alors oui, avant y'avait ces trucs de "eux ça se voit qu'ils s'aiment pas", mais parce qu'ils se jetaient des regards noirs toutes les 4 minutes aussi *\*rires\**, mais sourire à une personne *random* c'est pas non plus à surinterpréter. Je me rappelle qu'il y avait un *beef* entre Jimin [*ndlr* : membre de BTS] et Jeongyeon [*ndlr* : membre du *girl group* Twice], hilarant pardon.

### **C'est comme Jeongyeon qui engueule les bougs de Stray Kids pendant ISAC pour je ne sais quelle raison c'était trop drôle à regarder.**

Et pendant les MAMAs là, les deux groupes rookies qui ont gagné l'award c'était Enhypen et Aespa, et c'est Sunoo [*ndlr* : membre de Enhypen] qui a été prendre le trophée et y'avait Aespa qui venait de terminer leur truc, il les a vraiment regardé avec une grimace parce qu'elles allaient se tromper de trophée, et c'était hilarant comme interaction. Avant c'était une grosse colo mais maintenant ça se voit moins, c'est très messages. Ou alors y'a des gens qui sont amis

---

<sup>227</sup> MAMA, Mnet Asian Music Awards, cérémonie de prix musicaux coréens qui a lieu chaque année.

mais ça se voit moins. Par exemple le groupe des 97' là, tout le monde sait qu'ils sont potes, à l'international c'est admis, bon en Corée pas trop à cause de ce qu'il s'est passé<sup>228</sup>. Et ils en ont déjà parlé à l'écran, Yugyeom [*ndlr* : membre du boy groupe GOT7] a déjà dit qu'il avait un groupe avec tous les 97. Ils sont vachement à l'aise à l'aide de partager ça. Pareil pour le GC thaïlandais avec les *idols* thaï. Le fait qu'on sache qu'ils soient copains y'a pas de mal, mais certaines informations personnelles devraient pas être divulguées, nous on est contentes mais ça devrait pas.

**Mais tu penses qu'ils en ont conscience ça où qu'ils s'en fichent de trop partager, parce que si la relation sociale est épaissie, on sait qu'en même qu'on les verra jamais et donc chaque partie a conscience de la chose. Est-ce qu'ils fonctionnent comme des influenceurs qui donnent des infos à un public qu'ils rencontreront peut-être jamais, on est des abonnés donc ils s'en fichent?**

Non je pense qu'ils sont dans le même état d'esprit de comme s'ils les verraient pas, mais quand ils les voient ça fait un choc Par exemple NCT quand il y'a eu le scandale de ceux qui sont rentrés dans leur van, ils se sont dit "chelou", ils se rendent pas compte qu'il y'a des gens en face qui lisent, qui absorbent et qui retiennent. Parce que c'est déjà arrivé que dans les *fancalls* de Mark il a dit un truc et il a oublié alors que la go non et elle devient hyper renseignée. Ça doit être bizarre quelqu'un qui connaît plus ta vie que toi, genre toi t'as oublié un souvenir mais la personne elle l'a. Là moi j'ai tous les épisodes du Mickey Mouse Club en tête, demain je lui raconte une anecdote dessus il va se dire "ah ouais c'est vrai", bizarre tu vois? Ils s'en rendent compte à ce moment là et c'est pas agréable. C'est comme là au concert de SuperM j'étais choquée de voir le nombre d'NCTzen, je pensais pas qu'on était autant, que NCT avait autant décollé, sachant que c'était en 2020 là c'est encore pire.

**Merci Inès, je vais couper l'enregistrement j'ai eu toutes les informations qui m'intéressaient.**

---

<sup>228</sup> Le groupe des 97 est un groupe d'idols masculins nés en 1997, certains d'entre eux ont été aperçus dans un bar pendant le confinement, ce qui a déplu à l'opinion publique coréenne, mais a soulevé des taquineries à l'international.

## Annexe 8 : Entretien N°7, Shana

7 Janvier 2022

### Avant propos :

Shana a répondu à un appel à entretien via un tweet de ma part.

A noter que les réponses dans cet entretien n'ont pas de valeur académique ni factuelle et ne sont le reflet que des opinions et de la subjectivité de l'intéressée.

L'entretien a dû être fait à distance.

**Pour commencer je te remercie d'avoir accepté de faire cet entretien et d'accepter de me parler de toi pour faire quelques analyses sur les Kpop stans, leurs pratiques et leurs utilisations des réseaux sociaux.**

**Pour te remettre en contexte, je suis en Master 2 de Management des industries culturelles et je fais mon mémoire sur le stan twitter car je me suis dit que j'allais travailler sur quelque chose de proche de moi, qui allait me passionner. Du coup, je voulais aborder le point de vue communicationnel et sociologique du stan twitter, c'est à dire comment se créent des réseaux de sociabilité mais aussi comment on agit nous sur ce stan twitter. Ne pouvant pas me baser sur ma propre expérience seulement, je voulais discuter avec d'autres personnes de ce milieu. Maintenant je vais te laisser la parole et te poser quelques questions.**

---

### **I. Présentation de la personne**

**M.F : Présente-toi, comment tu t'appelles et cetera.**

Shana : Je m'appelle Shana Imbert, je suis une fille et je vais avoir 19 ans le 16 janvier.

**Que fais-tu dans la vie (études, travail, césure etc.)**

Je suis étudiante en droit à la fac de Bordeaux, je suis en L1 droit.

**Avec qui tu vis ? Où ?**

J'ai un appartement à 5min de la fac mais je rentre très régulièrement chez mes parents, parce qu'ayant un handicap qui me fatigue, je ne vais à la fac que pour mes TDs.

**Est-ce que tu as des passions, des centres d'intérêt, des activités ? Peux-tu m'en parler ? qu'est ce que ça t'évoque, qu'est ce que ça te procure ?**

Alors j'en ai beaucoup, déjà écouter de la musique je pense, mais après y'a aussi la danse, le dessin, que je pratique peu puisque ma fatigabilité m'en empêche.

**Malgré ta fatigue, ce sont des activités que tu pratiques quand même depuis longtemps? ou c'est récent ?**

Le dessin, très récemment, pendant le confinement. La danse depuis la primaire, je suis passée par tous les styles, le classique, le contemporain; je n'ai pas encore essayé la Kpop parce que j'ai pas trouvé de "club" qui en fait vraiment, mais sinon je m'entraîne chez moi toute seule. Y'a des crews à Bordeaux, j'en ai déjà vu mais le problème c'est qu'ils sont cinquante membres, faut envoyer des candidatures, des auditions, c'est déjà la compétition. Je suis en compétition à la fac déjà [rires]

**Et en ce moment t'en fais de ton côté des covers Kpop?**

"Cover" c'est un grand mot, juste je regarde les mouvements les plus populaires et je les fais, j'apprends toute seule dans ma chambre. Mes amies sont pas du tout dans ce délire; ou du moins pas du même côté de la Kpop. Elles elles sont plus du côté "cringe" et moi j'écoute juste quoi je suis pas fanatique.

**Qu'est ce que tu entends par cringe et fanatique?**

Déjà, n'avoir que ce sujet de conversation. Quand on est en cours de droit pénal, donc de choses assez sérieuses et qu'il y en a qui arrivent et qui crient "oh il a posté une photo, il a posté une photo" en mode, mais on parle du droit là, on parle pas de Changbin qui a posté une photo torse nu là. Sinon par exemple, moi mes posters d'albums je les mets pas dans ma chambre par exemple, déjà parce que ça ruine ma déco, et parce que je trouve ça un peu cringe en fait.

**Dans ta chambre t'as pas du tout de manifestation du fait d'être fan, de Kpop? pas de déco, pas d'étagères ?**

Si j'ai des étagères où y'a que des albums de Kpop, j'ai des photocards accrochées derrière ma porte et sur mon miroir. Mais c'est tout, j'ai pas de sac BTS avec le logo Army ou de Tshirt non plus.

**D'où viennent ces passions ? est-ce que tu les partages avec tes amis et ta famille?**

C'est des passions qui me sont propres dans le sens où je les partage pas avec ma famille, quand je vais danser devant eux ils vont me dire "oh c'est cool tu te débrouilles bien" mais ils vont jamais me demander directement de danser. Et à Noël ou mon anniversaire ils vont m'offrir des albums mais parce que j'ai un compte Musica et que je leur ai mis les albums dans le panier. C'est juste eux qui choisissent l'album qu'ils m'offrent dans le panier.

**Donc t'as quand même un lien matériel avec la Kpop au travers des albums ?**

Ah oui oui oui

**Est-ce que t'as une collection ou tu prends un peu ce que tu veux?**

Je suis pas le genre de fan à acheter les quatre versions, je vais regarder la version qui me plait, j'achète celle la et basta j'en n'achète pas d'autres. Après, pc non je les collectionne pas dans le sens où si j'ai une en double je vais l'échanger avec des copines ou quoi mais je vais pas sur vinted ou insta à scroller pour acheter des pc que je veux absolument. Je suis pas du genre à mettre trois cent balles par mois dans des albums, en général j'attends Noël et mon anniv parce que dans ces occasions là c'est que ça que je veux, que des albums. J'ai aussi des mangas à côté, parce qu'en plus d'être sur le stan twitter je suis aussi sur le manga twitter.

**Du coup la Kpop c'est une passion pour toi ou c'en est pas une?**

Ça dépend parce que pour moi une passion c'est quelque chose qu'on pratique, est-ce que la Kpop on peut la pratiquer? Je ne sais pas.

---

## **II. La musique**

**Avant de revenir à la Kpop et au stan twitter etc, je voulais connaître un peu ton rapport à la musique. Aimes-tu la musique ? Considères-tu que c'est un pan important de ta vie ?**

Oui, à n'importe quel moment j'écoute de la musique, quand je m'ennuie j'écoute de la musique, quand je fais du sport j'écoute de la musique, quand je suis dans le train j'écoute de la musique . Y'a pas un jour où je n'écoute pas de la musique.

**T'en écoutes depuis quand?**

Ca a beaucoup changé, parce que quand j'étais au collège, j'écoutais beaucoup de, tu te moques pas hein, de Tal, d' Indila, Sexion d'Assaut, Keen'V aussi.

**Pourquoi je me moquerais, il y'a aucune honte ici, j'ai même été voir Shy'm et Jena Lee en concert.**

[rires] C'est vrai qu'au collège tu réfléchissais pas, juste j'aimais la musique et j'écoutais quoi. Juste pour l'anecdote, je suis vraiment fan de Kpop depuis 2019 mais j'ai remarqué sur ma playlist sur mon ancien téléphone de mon collègue que j'avais "Dope" et "Blood Sweat and Tears" de BTS, mais je savais même pas que c'était de la Kpop.

**Ca veut dire que t'as des coups de coeurs et tu les mets dans ta playlists automatiquement?**

Oui franchement, si j'écoute la musique et que j'aime bien je vais l'enregistrer, peu importe la langue, j'ai des musiques de toutes origines, j'ai des russes, allemands.

**A quel rythme écoutes-tu ? Tous les jours ? Sur tes trajets ? en travaillant ?**

Pas en travaillant parce que j'ai besoin de me concentrer quand même, mais sinon ouais dès que j'ai une occasion un trajet à faire, dès que je joue aux jeux vidéos, je coupe la musique du jeu vidéo et j'écoute de la musique.

**Quels styles de musique écoutes-tu ? et qu'est ce qui te parle ? (paroles, prod, structure)**

Alors j'écoute pop américaine, Kpop, chanson française plus anciennes, parce qu'en France le style très présent c'est le rap, et comment dire que le rap d'aujourd'hui j'ai du mal. J'aime plus Big Flo & Oli et Orelsan que Koba la D ou Jul.

Par exemple, si on prend le rap, Koba la D ou Jul, et même d'autres rappeurs marseillais ou parisiens, quand tu regardes leurs clips c'est toujours la même chose c'est gang gang quartier c'est la rue, alors que Big Flo & Oli c'est au delà, c'est plus une expérience, c'est plus une histoire.

**C'est aussi ce que tu retrouves dans la Kpop?**

Oui, déjà la société coréenne fait que tu vas pas retrouver de la drogue ou des armes dans les clips, mais oui c'est surtout que ça raconte une histoire.

**Ce qui te parle dans la musique, d'après ce que j'ai compris, c'est plutôt le concept et le clip ?**

En soi le clip, tu le regardes pas forcément quand t'es dans un trajet ou quoi. Après oui si le clip est joli je vais le regarder.

**Comment découvre tu des artistes ou des morceaux ? Recommandations, algorithmes, amis, famille ?**

C'est beaucoup par Instagram, parce que dans l'onglet Discovery, je traîne beaucoup sur cet onglet, et des fois je découvre des musiques. Parfois même des artistes dont je sais qu'ils vont sortir une musique, mais que j'écoute pas forcément donc je vais pas aller voir, je tombe dessus sur Instagram donc j'écoute la musique à cause des posts Discovery, et la partie qu'ils mettent j'aime bien, mais après la musique en entier parfois j'aime pas. Par exemple, Twice et Sunmi, c'est des musiques que j'écoute pas trop, qui me parlent pas, mais par exemple dans Discovery j'aime bien les parties qu'ils mettent.

**Du coup, tu vas pas aller écouter la musique en entier après, tu gardes cette écoute séquencée du titre ?**

Quand je scroll sur Instagram oui j'entends que la partie qui m'intéresse mais je vais pas me dire "je me mets sur Youtube et je mets à 1min30 parce qu'il y'a que cette partie que j'aime" je n'écoute que sur Insta.

**Mais les musiques que t'aimes alors, celles que t'écoutes, tu les découvres comment ?**

Aloes ça dépend parce que les groupes que j'ai dans ma playlist, par exemple Stray Kids, j'ai quasiment que eux dans ma playlist avec EXO et Monsta X mais par exemple oui Orelsan quand j'ai écouté "L'Odeur de l'essence", je le connaissais déjà, même avec "Basique" ou "Défaite de famille", mais j'écoutais aussi "Jimmy Punchline", "plus rien ne m'étonne" et tout, mais c'est des musiques très vieilles parfois.

**Donc t'écoutes plutôt des artistes complets que des titres ?**

Ca dépend, parce que je peux écouter que la *title track* de l'album, mais pas forcément l'album en entier. Par exemple Doja Cat, je vais écouter un son d'elle, par exemple "Woman", mais je vais pas écouter l'album où il y'a "Woman".

**Ce que ça te procure émotionnellement ou physiquement ? Est-ce que ça te rend heureuse?**

Je pense que c'est ça, ça me rend heureuse, j'écoute pas vraiment de musique triste. Je comprends pas le concept de quand t'es triste, mettre une musique triste je comprends pas trop. Dans le train, j'écoute des musiques plutôt normales, calmes. Mais quand je sors du train et que je dois marcher, je mets des sons plus forts avec des grosses parties rap en mode "me faites pas chier, j'suis avec moi même".

**Ca veut dire que quand je t'ai demandé quel style de musique t'écoutais, tu m'as surtout dit pop, mais tu aimes le rap aussi? même si c'est pas du rap français, ca reste du rap ? et ca te procure quelque chose de cool?**

Dans le rap j'écoute que Big Flo & Oli, Orelsan et aussi Eminem, donc on peut pas dire que j'aime le rap. Est-ce qu'on peut résumer trois rappers à l'industrie du rap je sais pas? Le rap j'aime bien, mais c'est juste que le rap français je peux pas, les voix sur-auto tunées ça me plait pas.

**Qu'est ce que tu ressens avec tel(s) artiste(s) que tu ressens pas avec d'autres? et pourquoi eux ?**

Honnêtement je sais pas, je pense que c'est la personnalité à côté. Parce que je peux aller écouter plusieurs titres d'un artiste, et si je vois que la voix me plait, le rythme me plait, alors je vais plus m'intéresser à la personnalité de la personne, et si j'aime sa personnalité je vais aimer l'artiste. Par exemple pour Big Flo & Oli j'ai écouté leur musique, puis j'ai regardé quelques interviews et je les ai écouté à la radio et je me suis rendue compte que Oli était plutôt calme et réservé, mais Big Flo était vachement écrasant envers Oli, il lui coupait beaucoup la parole et tout et je me disais "ok mais faut laisser ton frère parler quoi".

**Je te demandais ça aussi parce que par rapport à mes entretiens précédents j'ai remarqué que les Kpop stans faisaient beaucoup plus attention à la personnalité chez les idols qu'avec les artistes occidentaux.**

C'est parce qu'on nous a habitués avec des *lives*, on nous a habitué à des *fansigns*, avec la Kpop y'a un rapport totalement différent entre l'artiste et le fan, après par exemple Ariana Grande c'est une artiste américaine mais elle vachement un rapport avec ses fans, que ça soit sur Twitter, en concert ou n'importe où, elle a un vrai rapport avec ses fans. A l'inverse, Travis Scott j'ai pas l'impression, ou même n'importe quel artiste random, j'ai pas l'impression qu'il y ait un truc avec les fans.

**C'est quelque chose qui te plait cette relation avec les fans?**

Disons que j'ai conscience d'être une fan parmi la foule, un chiffre, une vente d'album parmi 36 000 autres, je sais que les artistes je les rencontrerai jamais et qu'ils ne me reconnaîtront jamais, je vis pas dans le monde des bisounours. Mais je sais que quand un artiste a du temps à donner à ses fans, par exemple quand il fait un *live* pour son anniversaire, ça j'aime bien. Les artistes américains eux pour communiquer avec les fans ils passent par Instagram ou Twitter et c'est tout, y'a pas ce concept de *fansign* où t'achètes je sais pas combien d'album pour leur parler 2 minutes.

**Toi t'as déjà été fan d'autres artistes avant la Kpop, au point d'être active ?**

Je ne pense pas non, avant j'écoutais de la musique sans m'intéresser à l'artiste. Y'a que depuis la Kpop que je me suis mise vraiment à m'intéresser à l'artiste, donc j'ai pas eu cette période fanatique pour Tal ou Indila. J'écoutais leurs musiques et je connaissais par coeur mais je ne

saurais même pas te dire leur personnalité ni même si elles ont sorti des nouvelles musiques maintenant.

---

### **III. La KPOP**

**Comment as tu découvert la kpop ? par quel biais ? quelle chanson ? quel album ? quel artiste ?**

Au collègue, j'avais une connaissance qui était fan, et parce qu'elle était allée au concert de BTS en 2018, à Bercy si je me trompe pas ?

**Accor Arena [rires]**

Oui Accor Arena [rires], oui donc 2018 c'était l'époque où BTS faisaient encore des bonnes musiques, j'aimais bien. Donc c'est pour ça que j'ai commencé à m'intéresser, et après j'ai découvert des groupes toute seule, y'a personne qui m'a dit "ah écoute ce groupe il est trop bien, écoute cet artiste il est trop talentueux".

Le premier groupe, forcément c'était BTS, il y'a beaucoup de monde dans mon cas. Le premier album que j'ai acheté c'était "Boy with luv", et l'album c'était *Map Of the Soul*.

**As-tu, depuis, toujours écouté de la kpop ?**

Oui entre autres, j'ai jamais eu cette période où je me disais que la Kpop ça me gonfle. Après y'a que des périodes de un ou deux mois où j'avais plus rien à écouter je m'ennuyais et tout, donc je réécoutais mes anciennes playlists en faisant du sport et je me dis "oh il m'a manqué ce son"

**La musique t'a marqué ? la danse ? le MV ?**

Ouais je pense que c'est un tout, le MV, la danse, c'est pas ce qu'on a l'habitude de voir en France ou chez les artistes occidentaux. Les MVs sont beaucoup plus travaillés, et la danse n'en parlons pas. C'est surtout découvrir toute la culture coréenne qu'il y avait derrière, moi la Corée je connaissais qu'en géographie quoi. Avec la Kpop, j'ai découvert toute la culture, et c'était cool aussi de découvrir de nouvelles choses.

**Ça t'a vraiment fait plaisir de découvrir autre chose que de l'américain ?**

C'est ça, c'est qu'à la radio, même sur la 17 sur Cstar, c'est toujours les mêmes clips, c'est toujours les mêmes musiques, soit des chansons anglaises et américaines, soit des chansons françaises qui sont du rap, en été t'as une chanson latino en espagnol, mais sinon tu verras jamais à la télé des clips russes ou allemands, et encore moins de Kpop. La France est tellement influencée par l'Amérique qu'on a que ça à la radio. Et il n'y a pas d'autres médias, d'autres radio où on peut écouter de la Kpop à la télé. Le seul moyen d'avoir un artiste de Kpop à la radio c'est quand il collabore avec un artiste américain, par exemple BTS avec Coldplay ou Lisa de Blackpink avec DJ Snake.

### **C'est quelque chose qui te frustre ou qui t'énerve ce manque de diversité ?**

Oui après en vrai je me dis ma playlist je la fais toute seule. Puis si c'est pour qu'il y ai un clip à la télé et qu'après on voit sur Twitter que les gens disent "c'est quoi ces pédales" bon...

### **Tu les vois toi ces gens qui critiquent la Kpop ou t'arrives à y échapper ?**

Bien évidemment que je les vois parce que Twitter c'est le réseau social des critiques. Mais dans la vraie vie je suis plutôt avec des gens respectueux vis-à-vis de ça, je connais pas trop, je sais qu'ils ont des belles danses et des beaux clips. *Irl*, je suis tombée sur des gens assez respectueux.

### **D'ailleurs, quelle est ta définition de la kpop ? Comment décrirais-tu ce monde / cette industrie ?**

Si on regarde le peu de reportage que t'as eu sur la Kpop, ils définissent ça comme de la pop coréenne, mais moi je le définis pas comme de la pop, parce que t'as du rock, t'as du rap et tout. En fait la Kpop c'est un nom générique pour définir plein de genres de musique.

### **C'est juste de la musique alors ?**

Sur la base c'est de la musique, mais sur le fond la Kpop c'est clairement un outil de *soft power* du gouvernement coréen pour promouvoir le pays, quand tu vois que la Kpop ça vend des millions d'albums et ça rapporte des touristes à la Corée. Ça a clairement dépassé le stade de musique, la musique n'est qu'un prétexte pour rapporter de l'argent à la Corée du sud, la promouvoir et faire sa propagande vis-à-vis d'autres pays comme le Japon, la Chine etc.

### **Pour résumer, qu'est ce que tu aimes dans la kpop ? qu'est ce qui te plaît ?**

C'est tout ce qui est différent de la pop américaine, c'est à dire les danses, les clips, ou même la culture qui est différente. Quand on voit qu'en Amérique les artistes masculins ne se maquillent pas alors que les hommes coréens si; ils ont pas les mêmes tenues, les mêmes coiffures.

### **En termes de registres musicaux, qu'en penses-tu ?**

J'ai pas grand chose à dire parce que tu peux retrouver du rock, du métal, de l'électro et tout. Dans la Kpop ce qui est le plus représenté c'est la pop, mais c'est vrai que les "sous-genres" c'est pas les plus représentés.

### **En termes de danses qu'en penses tu ?**

Ca fait dix fois plus de travail à l'artiste parce qu'il faut être stable en chantant sur des chorégraphies complexes, donc ça ajoute encore plus de boulot, est-ce que ca leur rajoute plus de mérite? je ne sais pas, mais voilà.

### **et en concepts ? en vidéos**

Ce que j'aime bien ouais c'est le fait que les clips soient connectés dans un même groupe, alors que Ariana Grande par exemple, y'a pas de "lien" entre ses clips. genre "Thank u next" et "7 rings", ou même "boyfriend", les clips ne sont pas connectés. Alors que par exemple si on regarde Stray Kids on voit des similitudes, on peut faire des rapprochements entre les clips.

### **Ces rapprochements là sont officiels ou c'est les fans qui les voient?**

Alors c'est beaucoup les fans, parce que les fans voient tout. Mais après le groupe en *live* peut dire "oh vous avez remarqué ça ça ça, c'est trop bien". C'est plus ou moins officiel, mais jamais un communiqué de l'agence qui va dire "oui votre théorie est vraie", parce qu'il faut laisser de l'imaginaire et de la fantaisie aux fans, sinon c'est plus drôle.

### **Du coup y'a une interprétation qui se fait par les fans tous ensemble ou c'est des gens ponctuellement ?**

Si y'a un clip qui sort, deux ou trois heures après on va avoir un fan qui va faire un thread Twitter sur ce qu'il a remarqué dans le clip, mais après il va être rejoint par d'autres fans qui eux vont apporter d'autres éléments.

---

## **IV. Twitter, les cercles de sociabilité**

### **Pour toi, qu'est ce que la *stan* culture ? le stan twitter /**

Personnellement moi Twitter j'y suis pour suivre les activités de mon groupe, qu'il n'y'a pas sur Insta, donc surtout pour voir la vie des gens que je ne connais pas. Et c'est surtout pour faire des rapprochements, car une personne qui a les mêmes goûts les mêmes avis que moi, on

peut se rapprocher et discuter, ce qui n'est pas forcément le cas sur Insta parce qu'Insta c'est vachement fermé.

**Donc si je comprends bien ta première définition du stan twitter c'est de créer du réseau et parler avec des gens ? Et c'est ce que tu fais ?**

C'est ça.

**Et tu vois une différence entre le stan twitter et l'anime twitter ? vu que tu m'as dit que tu étais dessus.**

Pas forcément, en fait c'est juste pas le même sujet. Parce qu'il y'a toujours , je vais comparer, les fans de Naruto et One Piece peuvent être comparés aux fans de BTS. Quand quelqu'un va demander un conseil de manga t'auras toujours quelqu'un qui va dire "bah One Piece!" et quand quelqu'un qui va dire "vous avez des groupes à me faire écouter", quelqu'un d'autre va dire "BTS!"

**Je vois, et tout à l'heure on m'a parlé de fanwars, est-ce que toi c'est quelque chose que tu as pu remarquer ? et est-ce que t'y participes?**

Je le vois énormément bien sur, dès qu'un clip sort t'as toujours quelqu'un pour dire que c'est de la merde, "ouais votre groupe c'est de la merde, pourquoi ils ont pas disband?" mais moi je n'y prends pas part. Je regarde à la limite, je relis la conversation mais je ne répond pas. Si tu regardes sur mon compte y'a que des retweets mais pas de tweets, je suis passive sur Twitter.

**Justement, quelles sont tes pratiques sur Twitter ? Comment es-tu active ? De quoi parles-tu ? (publication de contenus, blagues, discussions avec amis, gc, spaces) parle moi de ce que tu y fais ?**

Bah c'est ça je fais surtout des retweets, de tweets que j'aime bien, souvent c'est des tweets en anglais, je ne réponds jamais à des tweets sauf si c'est des amis, ou des concours où ils demandent de mettre des commentaires.

**Tu tweetes pas au fil de ta pensée en gros tu fais que retweeter ?**

C'est ça, enfin à la limite quand je fais des tweets pour raconter un truc, si j'ai pas de réponses au bout de 20 minutes, si j'ai 0 like, 0 commentaire, je vais supprimer mon tweet parce que pas intéressant quoi?

**T'accordes quand même de l'importance à l'interaction alors ?**

Oui je trouve ça mieux d'interagir avec des personnes. Si j'essaye d'interagir mais que les gens interagissent pas à côté, bah je supprime mon tweet et tant pis.

### **Et en général tu parles de quoi dans tes tweets ?**

Alors la dernière fois que j'ai tweeté j'ai tweeté sur la France a un incroyable talent parce que j'étais dégoutée du résultat final. Et... qu'est ce que j'ai tweeté aussi? Sur Noël et les animaux, comme quoi j'étais dégoutée que des gamins à Noël aient des animaux qu'ils vont abandonner cet été parce que les parents voudront pas s'en occuper. Mais quand je tweet je parle pas forcément de Kpop, je peux parler d'autres choses à côté.

### **Et tu interagis jamais avec des tweets de Kpop?**

Ça dépend, l'autre fois j'ai répondu à quelqu'un qui a dit "faites moi un résumé des MAMAs" [ndlr : Mnet Asian Music Award, cérémonie de prix musicaux] et là j'ai répondu. Ou alors les Giveaways de *fanbase* pour gagner un album, faut retweeter et mettre un commentaire.

### **Du coup toi tu suis plutôt des *fanbases* alors, ou des gens comme toi et moi?**

Alors plus des gens quand même, parce que les *fanbases* j'en suis pas trop après. Je les vois que si quelqu'un à qui je suis abonné interagit avec un tweet de fanbase, alors là je vois le tweet. Mais sinon je suis pas forcément abonnée.

### **Donc on est d'accord que t'as que ce compte là, tu n'as pas d'autres comptes de fanbases ?**

Ah oui oui j'ai que ce compte là, je gère pas de fanbase. trop de boulot [rires]. Et je ne parle pas coréen donc je ne pourrais pas traduire les *lives* ou les posts.

### **Qu'est-ce que ça signifie pour toi être fan ?**

Etre fan tout court c'est s'intéresser à quelque chose, c'est aller voir l'actualité, c'est se tenir au courant de ce que fait une personne, un artiste, un joueur ou quelque chose dans le genre. Et pareil sur Twitter, c'est s'abonner à des comptes qui sont en relation avec ce qu'on veut suivre.

### **A quoi ressemble ton compte en termes de visuel (layout), comment le choisis-tu ? Qu'à tu envie de démontrer avec ce layout, quelle image tu veux renvoyer ?**

Alors je vois beaucoup de personnes qui disent "oui ma pp elle matche pas avec mon layout" mais moi franchement je m'en fous. Par exemple ma bio c'est SNK, mon header c'est des carpes koï, ma pp c'est une photo de Jennie [ndlr : membre de Blackpink]. Mais je cherche pas d'esthétique. Enfin les carpes koï, j'aime bien je trouve ça joli donc comme j'ai vu cette photo

sur Pinterest je l'ai mise en bannière, Jennie, j'aime bien Blackpink et j'aime bien Jennie, je trouve la photo jolie, bon bah je vais la mettre.

**Et tu mets que des pp de gens de Kpop ou ca t'arrive de mettre autre chose?**

Alors je change quasiment jamais ma pp, j'ai toujours la même pp, donc oui c'est Jennie de Blackpink.

**Ton username il a un lien avec la Kpop? Et comment tu l'as choisi?**

Alors pas du tout, Kemisa c'est un truc, c'était mon nom de perso dans MovieStar Planet, ça n'a rien à voir avec la Kpop, je voulais un prénom qui fasse joli et j'aimais bien Kemisa

**Comment as-tu choisis les gens à qui t'as envie de t'abonner?**

Déjà je regarde leur bio, quand t'es sur le stan twitter en général les gens mettent les groupes qu'ils stannent. et après je regarde leurs tweets, si c'est que des tweets de concours ou "inintéressants" genre ce qu'ils ont mangé à midi, donc ça ne m'intéresse pas donc je vais pas m'abonner. Par contre s'ils retweetent des trucs en rapport avec ce que moi j'aime, là oui je vais m'abonner.

**C'est quoi les tweets que t'aimes?**

Par exemple, des actualités que moi j'avais pas par mes abonnements, ça peut être des photos.

**Comment as-tu été amené.e à te retrouver sur le stan twitter, raconte moi tes débuts, ta découverte / prise de contact avec cette partie du réseau social.**

Au départ j'avais Twitter avant d'être Kpop stan, donc j'utilisais quasiment jamais mon Twitter, comme beaucoup de gens quand ils l'ont, et c'est quand j'ai commencé à m'intéresser à la Kpop et que j'ai.... Maintenant j'utilise beaucoup Twitter, mais avant j'utilisais beaucoup Instagram et quand je me suis rendue compte que sur Twitter je pouvais avoir plus d'infos que sur Instagram, là je me suis mise à chercher des infos, des comptes que je pourrais pas avoir sur Insta.

**Donc tu t'es retrouvée sur Twitter parce que t'avais un manque d'informations ailleurs?**

Voilà.

**Je vois, donc toi t'es arrivée sur Twitter par l'information, mais est-ce que tu t'es fait des ami.e.s dessus? est-ce que c'est un lieu de socialisation?**

Alors moi je suis pas du tout dans ce truc de suivre quelqu'un parce qu'il m'a suivie, ou de parler avec quelqu'un. Par exemple, ma dernière conversation Twitter c'est toi. Je parle beaucoup sur Insta, mais pas beaucoup sur Twitter. Je n'ai quasiment pas d'amis sur Twitter, parfois je parle une soirée avec des gens mais ça dure pas plus.

### **Et vous discutez Kpop avec ces personnes là ou d'autre chose?**

Alors oui c'est plutôt Kpop quand on discute parce qu'en général je vais répondre à des gens qui ont demandé quelque chose. Une fois j'avais vu quelqu'un qui avait fait un tweet qui disait "ouais vous pouvez m'expliquer ce qui se passe avec Chan de Stray Kids, il a l'air pas bien, je comprends pas ce qu'il se passe.", et je lui avais envoyé un message lui expliquant que c'est parce qu'il avait posté une photo qui a fait polémique et donc il l'a supprimée. Ca va être plus quand quelqu'un demande quelque chose que je vais lui répondre en privé.

### **Tu vas lui répondre en tweet ou en DM?**

Plutôt DM.

---

## **V. Cercles sociaux élargis**

### **As tu rencontré des ami.e.s kpop stan sur Twitter ? Ailleurs ?**

Alors sur Instagram je suivais un compte qui avait fait un groupe, qui demandait qui voulait être dans un groupe, et j'avais dit oui. Sur ce groupe j'ai rencontré quatre personnes, qui sont un peu éparpillées dans toute la France, et y'en a une actuellement au Canada. On s'est fait un groupe, on se parle régulièrement mais on ne s'est encore jamais rencontré. Par contre sur Twitter j'ai rencontré personne.

### **Les personnes de ce groupe Instagram sont fans des mêmes groupes que toi? si oui est-ce que vous en parlez ?**

Oui, alors on parle pas forcément que de Kpop mais on suit les mêmes groupes, on suit les mêmes musiques.

### **Vous faites des appels, des discords ou c'est qu'à l'écrit?**

On s'appelle parfois, on se fait des visios, surtout cet été. Mais là avec la reprise des cours, c'est vrai qu'on n'a pas trop fait, mais sinon oui on a fait.

**Et tu vois une différence de relation entre ces amis là et tes amis *irl* ?**

Je dirais oui il y'a une différence parce que mes amis *irl* sont pas vraiment fans de Kpop et tout, donc déjà ça change beaucoup de choses.

**On va bientôt arriver en fin d'entretien donc je voulais savoir si t'avais des commentaires libres ? Quelque chose que nous n'avons pas évoqué sur lequel t'aimerais rebondir ?**

Vachement le harcèlement, où une personne peut se faire harceler. En fait, une personne va dire qu'elle est fan de foot, ça va passer aux yeux de la société. Mais une personne qui dit qu'elle est fan de Kpop va tout de suite être stigmatisée, et limite harcelée. Et par exemple une personne va tweeter dans son coin de photo de Chan et dire "omg il est trop beau" et elle va se faire quote par une pp foot qui dit "c'est quoi ces pédales, retourne à l'école primaire", alors qu'il y'a aucun rapport entre le tweet de base et la réponse. Aussi, le harcèlement que les artistes de Kpop peuvent se prendre, parce que sous prétexte qu'ils ont pas Twitter et que c'est anonyme, les artistes ne vont pas voir; alors qu'on sait très bien que si et que les artistes ont des comptes privés. Par exemple, Karina de Aespa elle se fait vachement tailler sur Twitter sur sa danse ou ses vocals.

**Et ça c'est les Kpop stans qui harcèlent ou les *locals*?**

Bah les locals harcèlent les Kpop stans, mais les Kpop stans harcèlent certains autres artistes de Kpop. Et surtout sur Twitter, les gens se sentent un peu pousser des ailes donc ils se permettent de dire tout et n'importe quoi.

**Tu trouves que le harcèlement sur Twitter est vraiment target envers les Kpop stans ?**

Oui, les Kpop stans sont vachement harcelés, mais comment dire ? Les Kpop stans se font harceler par les pp foot, mais ils ont pas aidé à leur réputation, c'est à dire que par exemple poster des fancams sous des tweets qui n'ont aucun rapport, ça n'aide pas à se faire apprécier. Et répondre hors sujet à un tweet qui n'a rien à voir, par exemple un tweet qui parle de cuisine, ça n'aide pas.

**Et tu crois que ça énerve pour quoi?**

Mmmh, parce que c'est récurrent je pense? Quand une pp foot va voir minimum 3 *fancams* sous chacun de ses tweets, bah il va s'énerver, forcément, et va stigmatiser toute une communauté.

**Pourquoi ça les énerve au lieu d'ignorer tu penses? Qu'est ce qui les énerve avec la Kpop ?**

Parce que c'est différent. Déjà si c'est une *fancam* d'homme, bah ça va être vachement à base de remarques homophobes, ou de trucs, mais ça les énerve surtout parce que ça n'a pas de remarque avec ce que eux ont dit.

**Du coup là tu me parles de remarques homophobes, tu trouves qu'il y'a un rapport de genre justement autour des Kpop stans et des pp foot ?**

C'est vrai que quand on regarde les bios de Kpop stans, on voit beaucoup de drapeaux LGBT, de personnes qui mettent leurs pronoms, et c'est des choses qu'une pp foot ne met pas; un Kpop stan peut se faire harceler parce qu'il met un drapeau ou des pronoms dans sa bio. Moi je suis hetero je suis pas LGBT, mais c'est vrai qu'il y'a beaucoup de personnes LGBT dans les Kpop stans.

**Merci c'était super intéressant, moi je n'ai plus de questions mais si t'as encore d'autres commentaires à faire je t'écoute.**

Ah par exemple la cancel culture est vachement présente dans la Kpop. Si quelqu'un a fait des tresses ou une coloration différente, bah tout de suite "oh il est problématique, faut le cancel et tout", et ça impacte beaucoup plus la réputation de l'artiste que s'il était américain.

**Ah bon tu trouves qu'il y'a une différence dans la "cancel culture américaine" que celle de la Kpop?**

Bah quand on voit que un membre peut se faire éjecter du groupe parce qu'il a consommé de la drogue ou qu'il a conduit en état d'ébriété, y'a une vraie différence. Pareil quand quelqu'un se marie ou a un bébé dans la Kpop, c'est toute une histoire. Là par exemple Aya Nakamura a accouché, tout le monde l'a félicitée, alors que Chen de EXO a dit qu'il allait être papa et qu'il allait se marier, et y'a eu des manifestations pour qu'il quitte le groupe.

**Mais ça c'est pas les fans françaises de Twitter, c'est qu'une poignée de fans en Corée, on parle pas de la même échelle ou d'une réalité qui se rapproche un peu.**

Y'a une différence entre les Kpop stans coréens et internationaux oui. Les Kpop stans internationaux étaient hyper contents pour Chen oui. J'ai pas vu beaucoup de méchanceté envers Chen du côté français et anglais, ceux qui ont le plus mal réagi c'était les Kpop stans coréens. Même leurs tweets en coréen qui sont traduits du coup, on les as vu. La pétition pour qu'il quitte le groupe, c'est une pétition qui a été faite en Corée et qui a été propagée sur Twitter. C'est tellement un sujet large, t'as pas pris le plus simple.

Mais pareil, si on reste sur le stan twitter, quand y'a une *fanwar*, ca va se battre à base de chiffres, de ventes d'albums et de vues sur un MV, en mode "ouais mon artiste il est mieux

parce qu'il a 1 million de vues alors que le tien il en a que 700 000, donc mon artiste est mieux". Alors qu'avec les américains personne ne fait ça, personne va dire The Weeknd est mieux que Ariana parce qu'il a plus de vues et fait plus de ventes.

**Est-ce que parfois toi tu sors sur stan twitter Kpop et est-ce que tu vois comment se comportent les fans d'artistes occidentaux ? T'as déjà vu par exemple des guerres entre les fans d'Ariana et, je sais pas moi, Olivia Rodrigo ?**

Je les vois beaucoup quand l'artiste est TT Twitter, je clique et je vais voir ce qu'il se dit. Par exemple, Olivia Rodrigo, quand y'a eu la controverse comme quoi elle avait cassé la caméra et qu'elle chantait pas bien, t'avais les Kpop stans, comme Olivia chantait tout en dansant, t'avais deux types de Kpop stans ; ceux qui disaient "oui mais c'est normal, elle s'est pas entraînée, chanter et danser en même temps c'est compliqué", et ceux qui disaient "ouais c'est une merde, mes artistes savent le faire, alors pourquoi elle elle saurait pas le faire". Après voilà elle s'est jamais entraînée, on voit la différence entre les Etats-Unis et la Corée. Les coréens avant d'entrer dans l'industrie, ils ont une période d'entraînement, ce que n'ont pas les américains. Et ça ça se répercute vachement sur Twitter. En fait, certains fans ne sont pas méchants, c'est juste qu'ils aiment tellement leur artiste, ils voient tellement le travail et les efforts de leur artiste qu'il va essayer de le protéger par tous les moyens. Par exemple, I.N de Stray Kids, quand sa voix a craqué pendant une performance de "Kingdom" [ndlr : émission télévisuelle qui mettait en compétition plusieurs groupes masculins de Kpop sur plusieurs semaines], les antis disaient "ouais c'est une merde, il sait pas faire de *high note*", alors que les Stays étaient plutôt là "essaye de faire toi une *high note*, et on en reparlera". Puis c'est surtout la remise en cause, parce que dans la Kpop il y'a ce système de générations qu'il n'y a pas dans la pop américaine, les artistes de 2ème et 3ème génération ne sont pas du tout mis au même pied que les artistes de 4ème génération.

**C'est-à-dire ?**

C'est qu'en gros, comme la Kpop c'est très récent, en soi sur Twitter va y avoir des gens qui vont dire "ouais cet artiste je le connais pas" alors que c'est un artiste qui est dans un groupe actif depuis 2014, 2011. Par exemple Taemin [ndlr : membre du groupe SHINee, de la 2ème génération de Kpop], c'est un "vieux artiste" parce qu'il a commencé très jeune, mais y'a des gens qui vont remettre en cause sa capacité à chanter ou à danser, tout ça parce qu'ils ne le connaissent pas et connaissent pas son histoire. C'est -à -dire remettre en cause un artiste qui sait son domaine parce que ça fait longtemps qu'il est dans l'industrie.

Et aussi dans la Kpop y'a vachement, y'a une "date de péremption", dans le sens où les "vieux artistes" en dessous de 2010, aujourd'hui t'en entends plus du tout parler, des artistes comme Big Bang ou 2NE1, ils ne sont plus "côtés". En vrai dans la Kpop ce qui marche c'est la jeunesse et les groupes récents, tu regardes les groupes qui dominent les *charts*, c'est des groupes récents genre Enhypen, TXT, Stray Kids, Aespa, Itzy; c'est des groupes qui ont débuté en 2018, 2019; bon BTS c'est l'exception. Y'a une date de péremption dans la Kpop où quand

t'as plus de 30 ans, plus de 35 ans, faudrait peut-être songer à prendre ta retraite et à te reconverter, alors qu'il y'a des artistes américains qui ont plus de 40 ans.

**Et du coup tu crois que les artistes de Kpop qui vieillissent perdent leurs *fandoms*?**

Je pense oui. Ils se reconvertissent dans, par exemple, le mannequinat ou le cinéma. On voit beaucoup *d'idols* qui retournent dans l'anonymat et arrêtent complètement, ou ils se mettent mannequins ou acteurs, ou alors deviennent égéries de marques. Par exemple, G-Dragon de Big Bang, il a ses expositions d'art, il est mannequin pleins de marques de luxe, mais ça fait un bail qu'on l'a pas entendu chanter. Mais pareil, quand un idol va se marier et avoir un enfant, il va perdre sa fanbase et être moins intéressant.

**Bah pour le coup si tu parles de Changmin de TVXQ, il a toujours un fandom très fort même après avoir été marié. C'est un vieux groupe qui trouve encore beaucoup de succès, donc c'est à prendre avec des pincettes. Je pense aussi surtout que les fans vieillissent et grandissent avec leurs artistes. Dans 5 ans, si Stray Kids a des enfants, je sais qu'on s'en foutra.**

Après ça dépend du fandom aussi, si Jungkook ou V [ndlr : membres de BTS] annoncent qu'ils sont en couple ou mariés, ou qu'ils sont papas, ça va être la bombe d'Hiroshima. Alors que si Chan nous annonce qu'il est père et qu'il va se marier, il y'a beaucoup de Stays qui vont être contents pour lui.

**Je pense que ça va vraiment dépendre des gens en fait.**

Oui c'est sur que plus le fandom est grand, plus on tombe sur des illuminés. Après ça dépend des fandoms je pense. Par exemple les NCTzens, c'est les seuls qui peuvent faire des blagues sur le fait que tous les membres fument ou ramènent des meufs au dortoir.

Mais oui, dès qu'un membre se fait choper en train de fumer au *dorm*, les NCTzens se foutent de sa gueule , ya pas du tout de "omg mon membre fume c'est horrible".

**Ça me rappelle la soirée où y'a eu une photo de Haechan bourré qui est tombé par terre, t'as du voir. C'était trop drôle.**

Je suis pas NCTzen mais j'aime beaucoup NCT, et quand y'a un scandale sur NCT je rigole toute la soirée, les NCTzens sont trop drôles.

Voilà c'est différents *fandoms*, et oui par exemple on grandit avec le *fandom*, et si on prend BTS qui ont debut en 2013, je suis sure qu'il y'a des gens plus vieux qui écoutent BTS, mariés avec des enfants, et qui font écouter BTS à leurs enfants quoi.

**Bien sûr, j'ai vu pas mal de personnes fiancées et mariées fan de Kpop.**

Oui y'a beaucoup de parents fan de Kpop, après y'en a c'est parce qu'ils veulent se reconnecter avec leurs enfants; ou se rapprocher de leurs centres d'intérêt. Mais y'a vraiment des parents qui se disent "bah c'est cool quoi". Si on regarde BTS y'a des grands-parents qui sont fans d'eux. [rires]

**En tout cas, merci beaucoup pour cet entretien.**

Annexe 9 : Captures d'écrans de tweets de Kpop Stans, dans l'ordre d'apparition du mémoire



← **Thread**

 @

**THREAD ENHYPEN AS JOJO'S BIZARRE ADVENTURE MAIN CHARACTERS :**

21:23 · 02/09/2022 · [Twitter for Android](#)

6 Retweets 2 Quote Tweets 7 Likes

☰

 · 02/09/2022

Sunghoon as Joseph Joestar :

- Goofy boys
- Confident but shy somehow
- Chaotic, sound stupid but can be really smart
- Good outfits



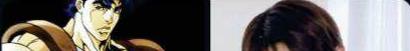
☰

 · 02/09/2022

Replying to @

Jake as Jonathan Joestar :

- Polite + royal energy
- Kindest/nicest boys alive
- Both have a cute accent
- True gentlemen educated and all



 · 02/09/2022

Jay as Jotaro Kujo :

- They are both arab.
- Can look cold but really warm hearted
- Responsible men
- Misunderstood cuties



← **Thread**

 **papi chulo**  
@lesbianforjeno

nct as archeologists a cute thread



21:13 · 06/10/2021 · [Twitter for Android](#)

1 Quote Tweet 2 Likes

☰

← **Thread**

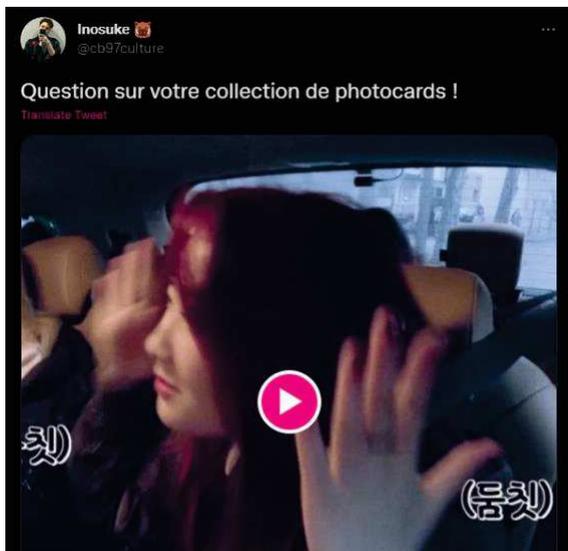
 **papi chulo** @lesbianfo... · 06/10/2021

mark

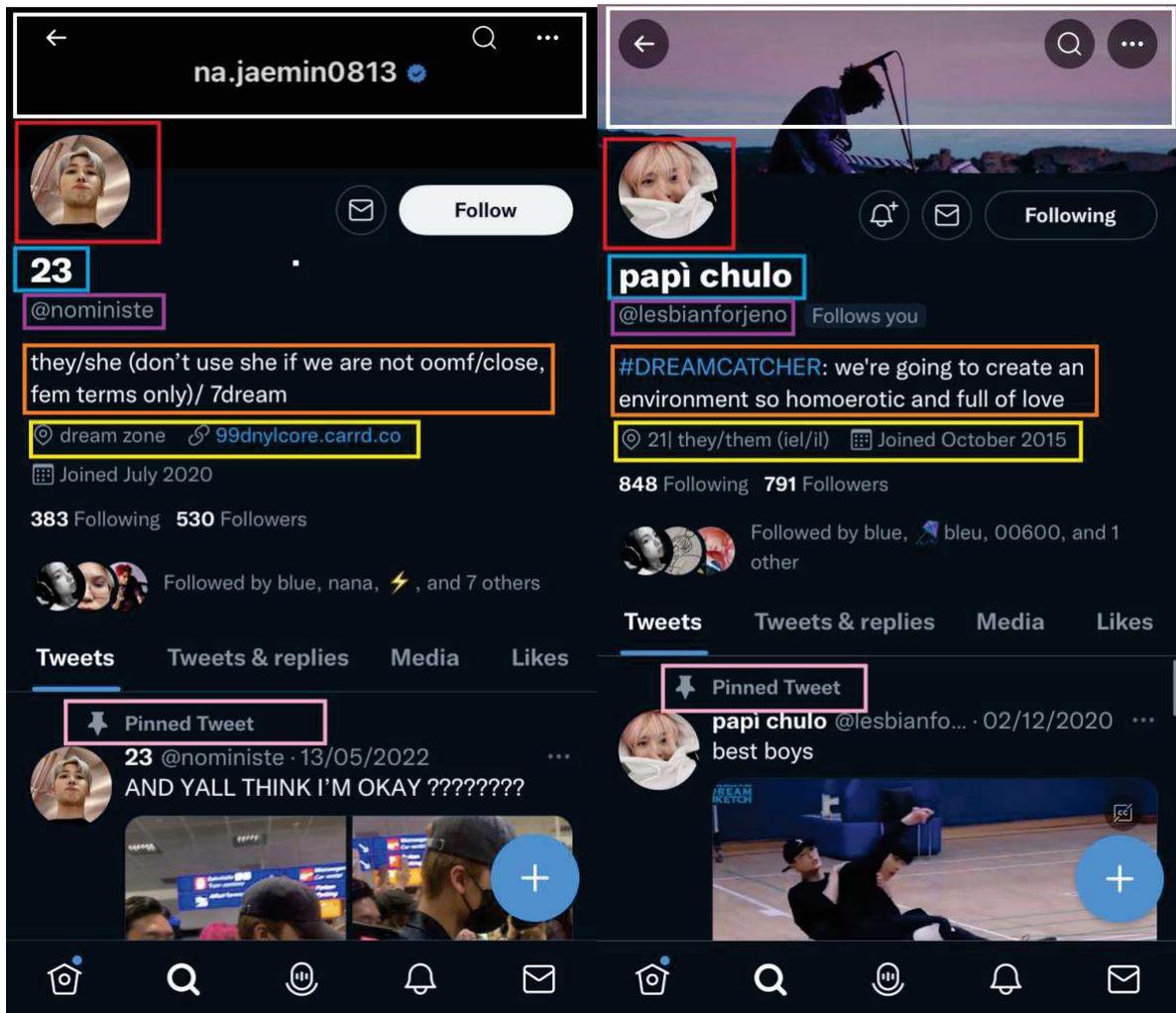
- voulait faire de l'hda mais mtn il est spécialiste du haut moyen-âge
- improvise ses cours mais est trop fort ses ppt ont tjrs un problème
- a une collection de livres importante sur une période complètement différente
- veut faire pousser des plantes du néolithique



☰



Annexe 10 : Captures d'écrans de comptes Twitter de Kpop Stans



Annexe 11 : Album Preview de Kpop, exemple de Beatbox de NCT

© The 1st Album Repackage

# Hello Future

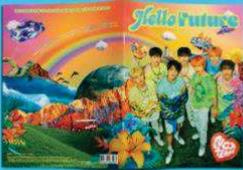
NCT DREAM



HELLO VER. FUTURE VER.

## Cover

W 60 x H 100 mm



HELLO VER.



FUTURE VER.

## Photobook

W 60 x H 100 mm / 88 pages



HELLO VER.



FUTURE VER.

# Tattoo Sticker

W 60 x H 100 mm, Illustrated by NCT DREAM  
아산필름 2층 음반실 18



HELLO VER.



FUTURE VER.

# Folded poster

W 290 x H 410 mm  
아산필름 2층 음반실 2층



HELLO VER.



FUTURE VER.

## Photocard

W 55 x H 85 mm  
 버전별 7종 + Dream Agent (상/중/하) 7종 중 랜덤 1종



HELLO VER.



FUTURE VER.



DREAM AGENT VER.

## Poster

W 920 x H 610 mm  
 5종 중 랜덤 1종



## CD-R



HELLO VER.



FUTURE VER.

## Envelope

W 150 x H 200 mm  
 2종



HELLO VER.



FUTURE VER.

## Polaroid Card

W 89 x H 108 mm  
 버전별 7종 중 랜덤 1종



HELLO VER.



FUTURE VER.



Annexe 12 : *Template de photocards, Exemple de SuA de Dreamcatcher*



# SUA

## APOCALYPSE

: SAVE US

album inclusions, pre-order and fansign  
benefits + merchandise



ig: @flowerygah  
tw: enyusomnia

album photocards









album photocards



jewel case

bigger inclusions



collection album  
photocard



hologram postcard



pop-up card

preorder and fansign benefits + merchandise





















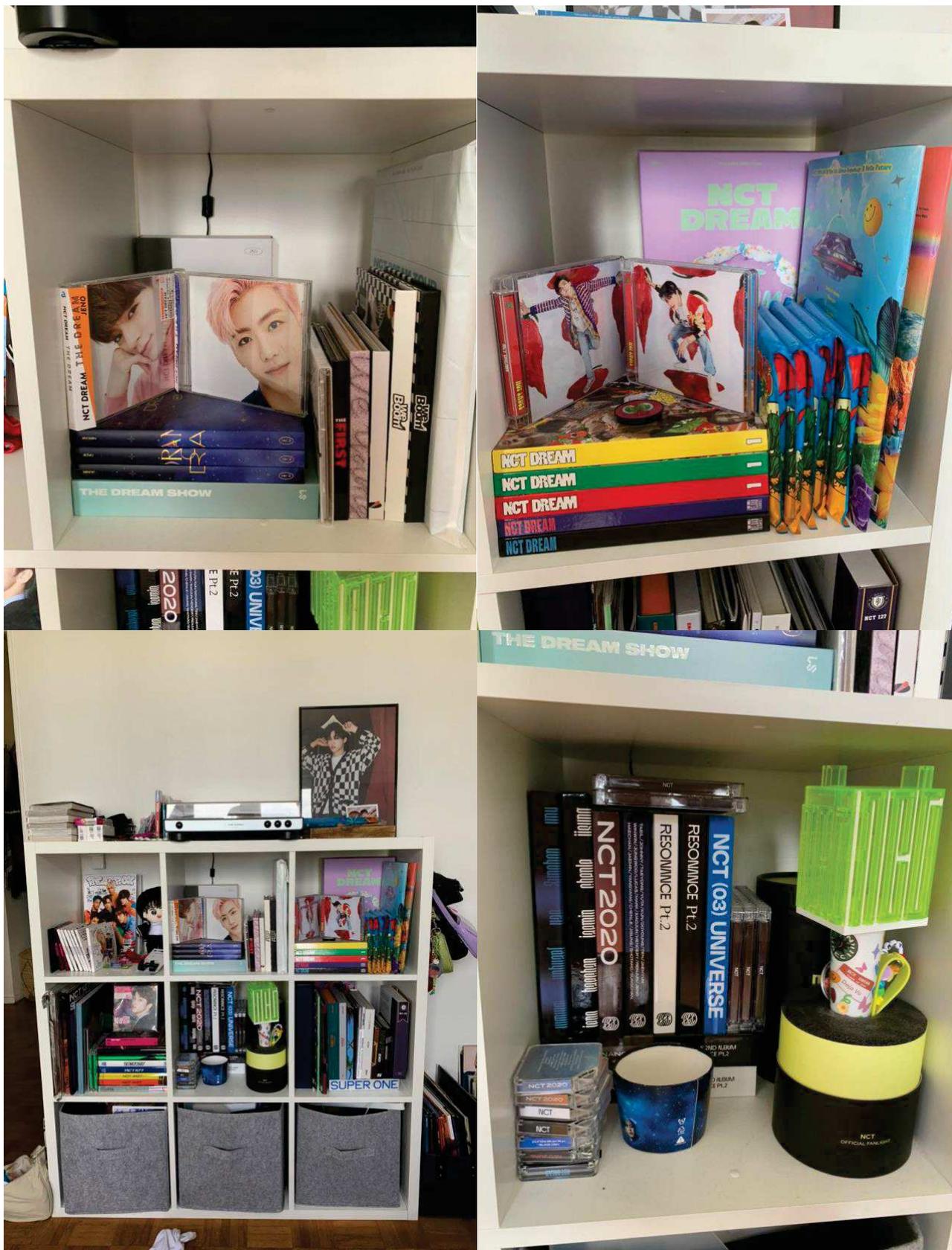








Annexe 13 : Photographies de la collection Kpop de Mila

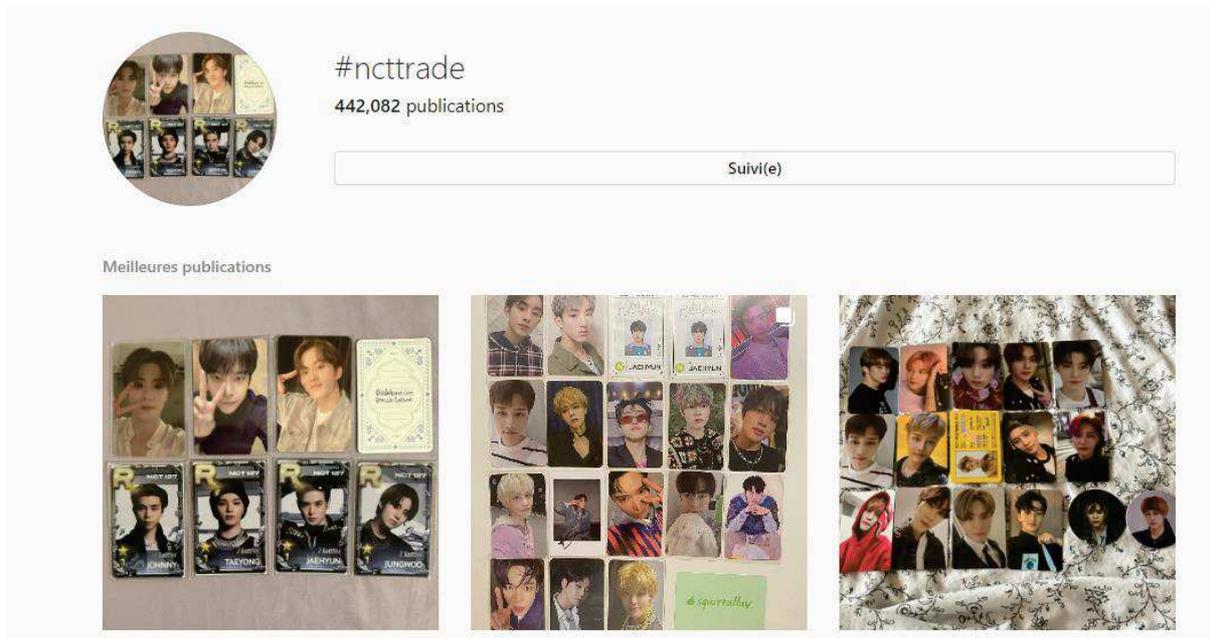




Annexe 14 : Coques de téléphone avec *photocards*



# Annexe 15 : Captures d'écran des *hashtags* d'Instagram dans l'ordre d'apparition du mémoire





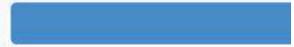
### #btstrade

531,055 publications



### #btstrades

221,602 publications



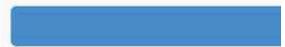
### #btstrading

152,429 publications



### #btswtt

467,482 publications



### #btssale

624,240 publicatic



### #btssales

182,973 publications



### #btssell

441,447 public



### #btsselling

332,618 publications



### #btswts

751,793 publications



Annexe 16 : Captures d'écran de comptes et publications *trades* sur Instagram, dans l'ordre d'apparition du mémoire

**dawonshouts**



**10** Posts   **655** Followers   **851** Following

**nana** they/them  
 ■ 99' (23yo)  
 ■ nct, skz, dreamcatcher, twice &+  
 ■ Infos : how do i pack and trade  
 ■ Located in France 🇫🇷... more  
[spearbmark.carrd.co/](http://spearbmark.carrd.co/)

Followed by  and  **jsunflwr**

**Follow**   **Message**   +

 Who i collect

 GO upd / pr...

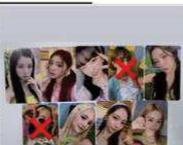
 proofs (2)

 infos

 proc






**molotrade**



**15** Posts   **589** Followers   **233** Following

**mila** <3  
 kpop trade & sale  
 they/she 🇫🇷 / WW 🌐  
 jewelry shop : @moloshop\_  
 collection acc : @99dnylcore... more

Followed by  **rj.trade23**,  **kiwijaem**  
 and **47 others**

**Following** ▾   **Message**   +

 mail(2)

 album pulls

 OTW

 dreamies wl

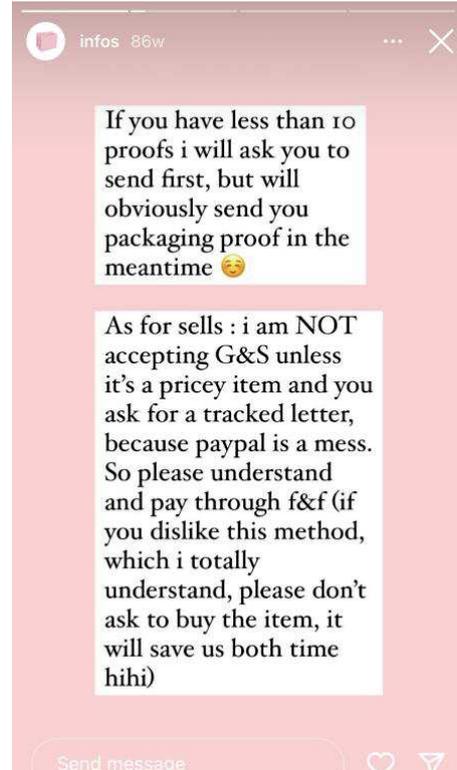
 proc





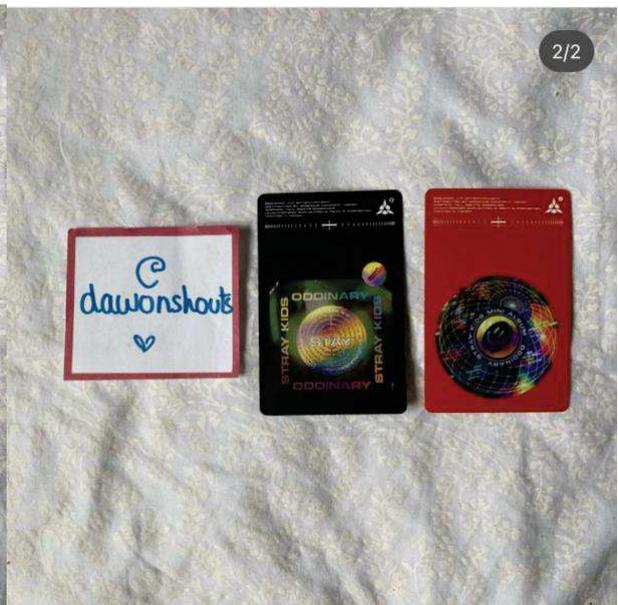




dawonshouts

dawonshouts



dawonshouts ✨ WTT // WTS ✨

♡ HAVE ♡

- Stray Kids Oddnary unit pcs, Chan & Felix, Chan & I.N



♡ WANT ♡

- Changbin & Han unit  
- Changbin & Felix unit  
- 3.5€ shipped !!

Availability :



Location : FRANCE  
Shipping worldwide

#straykidssale #straykidstrade #straykidstrades  
#straykidssales #straykidstrading #skzsell  
#skzselling #skztrade #skztrades #skztrading



Liked by wayvtrades  
hyckracha wts wtt

6€ each or any wl



bg wl



mail



gg wl



Proof (3)



dreamies wl



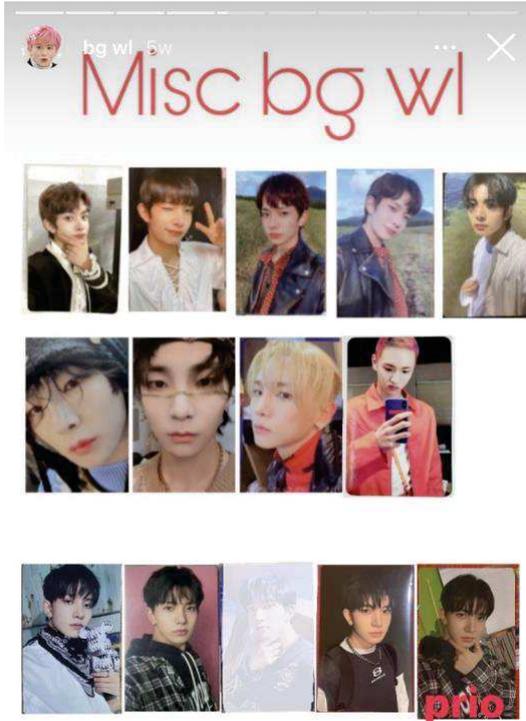
newjeans wl



album pulls



mail(2)



< **hyckracha** 🔔 ...



**17** Posts   **379** Followers   **449** Following

**julia !!**

♡ trade account (she/her 23)  
♡ france based  
♡ skz nct oneus svt & more  
(not responsible for any lost/damaged mail... more

Followed by **littlesaynt, wanjizone** and **40 others**

Following ▾   Message   +👤



iiil <\*



proof (61)



info

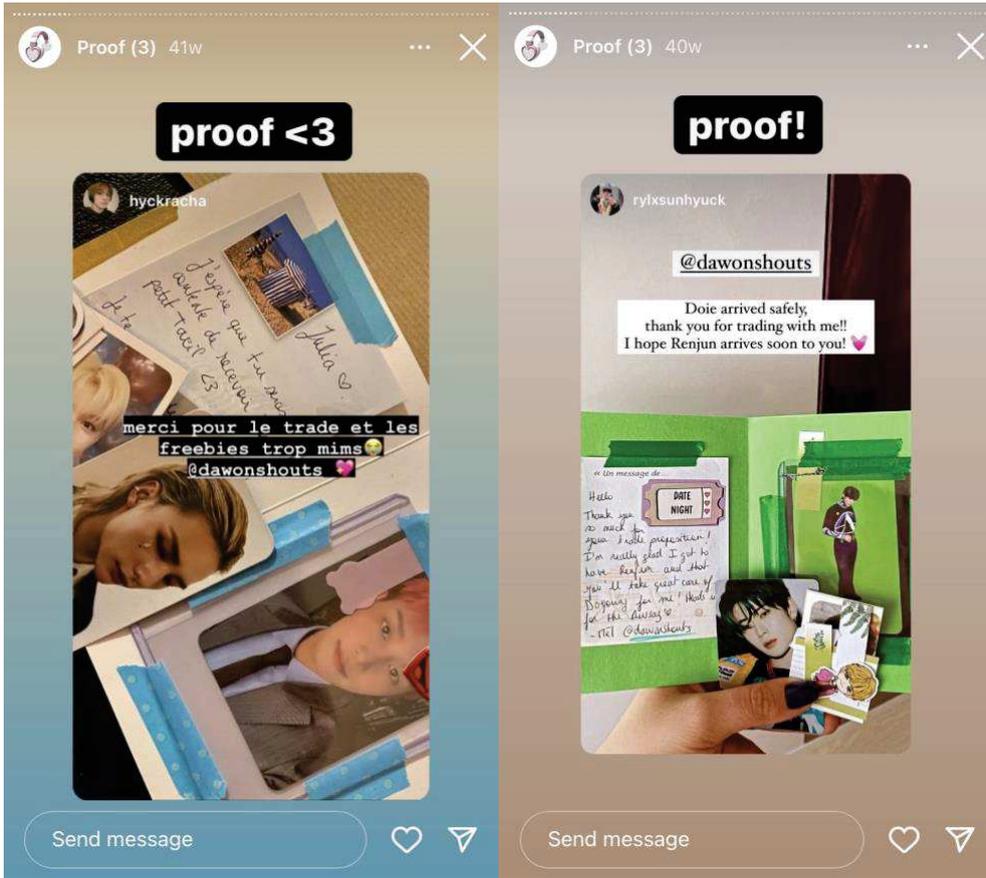


who i collect



go proof!





kpop.scammers Contacter + ▼ ⋮

141 publications   4,706 followers   12 suivi(e)s

**@kpop.scammers**  
Communauté

👤 admin (M)

🔒 DMs are closed for submissions.

📄 Please use the SUBMISSION FORM only. 📄

[linktr.ee/kpop.scammers](https://linktr.ee/kpop.scammers)

Suivi(e) par moonie\_127, run2jaehtrades, hyunjin.gram et 44 autres personnes



[!] SCAMM...



INFO

# MARK & HAECHEAN GO



eu / uk / ww



cyphertrades • Suivre



- set in not secured
- no backouts unless you find a replacement for your spot
- groupchat will be created once 5/6 pcs are claimed
- payment will be requested once i make the groupchat
- this is my first go, for any questions you can dm me ^\_^
- go will be cancelled if the set is sold / lack of interest

- ☆ 2 payments only: pc + doms
- ☆ payment in euros with paypal f&f
- ☆ comment to claim!

blue (album pcs) = 6,5€  
red ( agent pc) = 2€  
green ( crew card) = 7€



✗ = me



4 J'aime

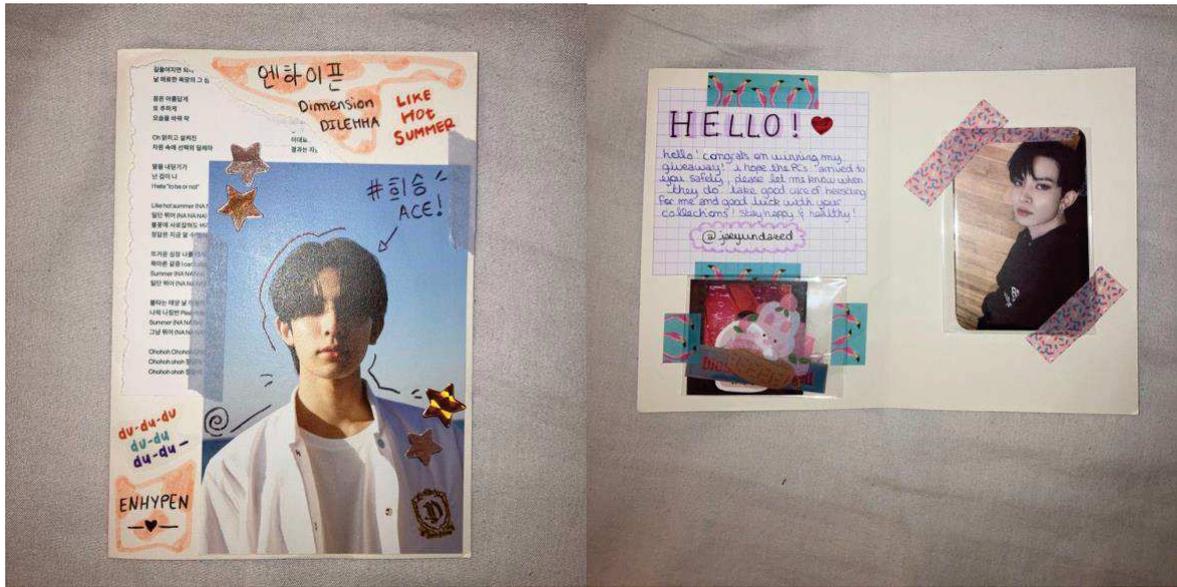
IL Y A 6 HEURES



Ajouter un commentaire...

Publier

Annexe 17 : Photographies de lettres d'envoi de photocards



# Résumé et mots-clés

## Résumé

L'industrie de la Kpop est un univers large et complexe qui repose sur un élément central : les fans, appelé.e.s les Kpop Stans. Placé.e.s au cœur des enjeux de médiation et de marchandisation, les Kpop Stans font partie intégrante des stratégies de développement de ce soft power sud-coréen. Ce modèle 360° offre à la fois des produits musicaux physiques et audiovisuels toujours plus innovants (albums augmentés et objets à collectionner) et une expérience *fan* intimiste (abondance de contenus extra-musicaux des artistes). En s'appropriant le concept des *boys bands* et *girls bands*, la Kpop réinvente des figures de proue de la *stan culture* que sont les *idols*, soit les membres des groupes de Kpop. Ces artistes complets sont alors autant un média d'influence auprès d'une jeune audience féminine qu'ils ne sont des entités de cristallisation pour cette même cible. La Kpop permet ainsi la création de bulles de communautés en ligne qui partagent un intérêt commun pour ces groupes et ces *idols*. Ces communautés prennent forme sur Twitter où l'on retrouve des cercles et micro-cercles de Kpop Stans qui s'écrivent, interagissent et co-construisent des récits de leurs artistes favoris grâce à des comptes fans et des tweets. Les fans de Kpop sont alors acteurs et créateurs des produits musicaux que leur offre l'industrie. La communauté et les communautés de fans inventent leurs propres règles et normes sociales sur les réseaux sociaux, qu'elles soient de l'ordre du vocabulaire mais aussi des opinions et des identités; un véritable cadrage des pratiques s'opère. En plus du *Stan Twitter*, bloc majeur pour évoquer les pratiques des Kpop Stans en ligne, Instagram se trouve être un tout autre berceau, plus économique. En effet, au-delà de la projection de soi et de la création de sociabilité, les fans échangent sur un plan économique autour du merchandising, lui-même centré sur les *idols*. Les albums de Kpop et les photocards sont alors une monnaie d'échange et de troc en ligne pour les collections de fans. Les réseaux sociaux sont une manière de s'approprier l'industrie de la Kpop dans son ensemble (artistes comme *merchandising*) et de trouver une communauté.

## **Mots-Clés**

Kpop; idol et bias; kpop stan; fans de kpop; stan culture; stan twitter; sentiment de reconnaissance; *trading community*; communauté en ligne; merchandising kpop; pratiques numériques