



HAL
open science

La rockstarisation des rappeurs américains à travers leurs concerts. Reappropriations et reinterprétations d'un mythe des cultures et musiques populaires

Marianne Thiry

► **To cite this version:**

Marianne Thiry. La rockstarisation des rappeurs américains à travers leurs concerts. Reappropriations et reinterprétations d'un mythe des cultures et musiques populaires. Sciences de l'information et de la communication. 2023. dumas-04356027

HAL Id: dumas-04356027

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04356027v1>

Submitted on 20 Dec 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 : Management et cultures créatives

La *rockstarisation* des rappeurs américains à travers leurs concerts

Réappropriations et réinterprétations d'un mythe
des cultures et musiques populaires

Responsable de la mention information et communication
Professeur Pascal Froissart

Tuteur universitaire : Coline Reille

Nom, prénom : THIRY Marianne

Promotion : 2022-2023

Soutenu le : 27/09/2023

Mention du mémoire : Très bien



La rockstarisation des rappeurs américains à travers leurs concerts

Réappropriations et réinterprétations d'un mythe
des cultures et musiques populaires



Remerciements

Tout d'abord, je remercie Coline Reille, ma tutrice universitaire au Celsa, pour l'écoute attentive et les précieux conseils qu'elle m'a apportés tout au long de la conception de mon mémoire.

Je tiens également à témoigner ma reconnaissance à mes collègues chez Sony Music, qui, au-delà de m'avoir aidé à alimenter mes réflexions sur mon sujet, ont rendu mon expérience en entreprise plus qu'agréable et m'ont donné envie de poursuivre une carrière dans l'industrie musicale :

Judith Amsallem, ma tutrice de mémoire et d'alternance chez Sony, qui m'a donné la chance de travailler à ses côtés et m'a conseillé toute l'année sur le choix et le contenu de mon mémoire.

Arnaud Collet, qui a accepté de répondre à des questions sur mon sujet.

Et le reste de mon équipe : Serly, Julien, François, Alex, Joss, Seb, Liza, Alicia et tous les autres... Merci pour tous ces moments et tout ce que vous m'avez appris !

Je remercie tout particulièrement mes parents pour leur relecture attentive de ce travail, mais aussi pour leurs encouragements et leur soutien depuis le début de mes études.

Enfin, j'adresse un remerciement aux amis que je me suis fait au Celsa, sans qui mon cursus universitaire n'aurait pas eu la même saveur : Emma, Louis, Agathe, Ahlem, Emma, Priscillia, Maud, Clara.

Sommaire

Introduction	3
I. Le mythe de la <i>rock star</i> : la construction d'un mythe musical mais aussi socio-culturel et esthétique partagé par de nombreux artistes	13
A. L'extension des attributs originellement associés à la <i>rock star</i> à des artistes issus d'autres courants musicaux.....	13
A. La légende de la <i>rock star</i> parcourt la culture populaire car il est issu de genres musicaux devenus mainstream.....	21
B. La <i>rock star</i> : un type d'artiste que l'on retrouve dans tous les genres musicaux car il plaît à des fans qui raisonnent plus en termes d'esthétique que de musique	27
I. Le concert : un médium permettant de créer, prouver et asseoir son image de <i>rock star</i> dans l'imaginaire collectif et l'esprit des fans	32
A. Les éléments-clés permettant de qualifier le concert d'un artiste de « concert de <i>rock star</i> »	32
B. Le concert : un lieu dans lequel les fans font communauté pour célébrer l'artiste et entrer en communication avec	38
C. Du documentaire à la vidéo TikTok : la captation vidéo de concerts comme moyen de développement et de promotion de l'artiste.....	43
II. Dynamiques et logiques marchandes autour de la création du personnage de <i>rock star</i> lors des concerts	50
A. L'évolution du modèle économique et des moyens techniques du <i>live</i> au service de la <i>rock star</i>	50
B. Les produits dérivés pour amplifier son image de <i>rock star</i>	57
C. L'intérêt capital de la bonne performance scénique de la <i>rock star</i> pour conquérir le public et les professionnels de l'industrie.....	62
Conclusion	68
Bibliographie	74

Annexes	90
Résumé	112

Introduction

« Rap is the new rock'n'roll. We culture. Rap is the new rock'n'roll and we are the *rock stars*»¹, a dit Kanye West en 2013 lors d'une interview auprès de la BBC. Si Kanye West, pont de rap américain depuis plus de 20 ans, a prononcé cette phrase, le terme *rock star* est à l'origine employé pour désigner des artistes de musique rock qui ont marqué le 20^e siècle. D'Elvis Presley à Nirvana en passant par les Doors ou les Rolling Stones, on qualifie régulièrement ainsi ces artistes dans les représentations médiatiques populaires. Faisant partie du langage courant, cette appellation paraît indispensable voire obligatoire pour qualifier ces artistes. De nombreuses légendes et anecdotes les entourent, au point de fabriquer, dans l'imaginaire collectif, une sorte de mythe. Roland Barthes dit que « le mythe est une parole ». Le mythe est « un moyen de communication, la construction d'une représentation commune (orale, écrite ou imagée), il est la source d'un imaginaire commun »². La *rock star* peut être perçue comme un mythe dans la mesure où elle regroupe les éléments qui constituent le mythe selon Roland Barthes.

Avant l'apparition de la *rock star*, il y a d'abord eu la *star*. Le terme de *star* est arrivé au XIX^e siècle, désignant les personnes excellent dans le milieu du théâtre ou des sports olympiques. Au XX^e siècle, avec la naissance puis l'explosion d'Hollywood, ce sont les acteurs et actrices de cinéma qui deviennent des stars. Entre alors en jeu la notion de succès pour attribuer ce statut à quelqu'un. C'est à partir de ce moment, comme le souligne Richard Dyer, que les *stars* deviennent à travers les films auxquels elles participent, des archétypes sociaux, des ambassadeurs de certains modes de vie et de pensées ancrés dans la société américaine de l'époque. Pour Denise Scott Brown, les *stars* ne peuvent se créer elles-mêmes : elles n'existent que grâce à leurs relations avec les *fans*, dans la mesure où le désir d'identification des *fans* à la *star* qui détient une aura particulière, crée la *star*. Un *fan* est un « admirateur fanatiquement enthousiaste - d'une vedette du sport, du cinéma, de la chanson »³. David R. Shumway, chercheur américain spécialisé dans les cultural studies, propose quant à lui cinq critères permettant de définir si une personnalité publique est une *star*⁴ : premièrement, la *star* réussit

¹ Traduction : «Le rap est le nouveau rock'n'roll. Nous sommes la culture. Le rap est le nouveau rock'n'roll et nous sommes les nouvelles *rock stars*».

² Akbarali, H. Emeriaud, E. Sarriaud, E. Thiry, M (2021). *La construction d'une mythologie contemporaine de la rue à travers l'esthétique musico-visuelle des clips de PNL* [Mémoire non publié].

³ *FAN* : Définition de *FAN*. (s. d.). <https://www.cnrtl.fr/definition/fan>

⁴ Shumway, D. R. (2014). *Rock Star: The Making of Musical Icons from Elvis to Springsteen*.

dans un domaine ou un métier particulier. Deuxièmement, elle fait l'objet de relations interpersonnelles fantasmées par des fans. Ensuite, une *star* est un personnage, qui au-delà de sa simple personnalité, appartient à une culture comprise par des *fans*. Le personnage de la *star* est également travaillé, réfléchi, avec un storytelling cohérent. Enfin, la *star* dispose d'un degré d'attractivité personnel, que David R. Shumway appelle la « qualité » de *star*. Dans les années 1950 aux Etats-Unis, le *rock'n'roll* apparaît. Il « désigne à l'origine une famille de rythmes venus d'un *rhythm'n'blues* aux racines noires américaines. Le verbe dont il est dérivé (qui signifie se balancer et rouler) fut utilisé pour décrire le *rhythm'n'blues* des Noirs américains »⁵. C'est avec des artistes *rock'n'roll* comme Chuck Berry ou Elvis Presley que la notion de *star* va s'étendre aux musiques populaires, en faisant naître le concept de *rock star*. A cette époque, faire de la musique *rock'n'roll* est évidemment un prérequis pour devenir une *rock star*. Cependant, ce seul critère ne suffit pas. Selon Shumway, les *rock stars* sont surtout des icônes culturelles venues remplacer les *stars* de cinéma dans la culture *mainstream*, dont la naissance n'est pas anodine : elles étaient nées pour représenter une génération et des idéaux qui l'animaient. Les auteurs de *L'invention de la rock star : les Rolling Stones dans l'imaginaire social* insistent : « en tant que phénomène social, la *rock star* est avant tout image, figure, personnage »⁶.

La notion de *rock star* n'engloberait donc pas uniquement la musique, mais aussi un ensemble de codes et de références visuels ou culturels, de la tenue vestimentaire au mode de vie en passant par les pratiques sexuelles ou l'usage de drogues⁷. Ainsi, dans l'imaginaire collectif sont restés gravés certains éléments comme la banane d'Elvis et son déhanché sur scène, les performances hors-normes de guitare de Jimi Hendrix à Woodstock ou les excès de Kurt Cobain, chanteur de Nirvana. Aujourd'hui, les artistes rap disposent eux aussi d'éléments accompagnant leur musique et leur permettant de s'insérer d'une manière particulière dans l'imaginaire collectif, des pogos des concerts de Travis Scott aux tenues excentriques de Playboy Carti en passant par les verres de *lean*, un « cocktail à base de sirop pour la toux associant prométhazine et codéine (vendu uniquement sur ordonnance), de sodas pleins de sucre, et de bonbons »⁸ que boivent Young Thug et Future. Nous pouvons donc définir la notion

⁵ Assayas, M. (2014). *Le nouveau dictionnaire du rock : blues, country, électro, folk, hip-hop, metal, pop, reggae, rock'n'roll, rock indépendant, soul*.

⁶ Boucher, F-E. David, S. Prévost (2014). *L'invention de la rock star : les rolling stones dans l'imaginaire social* (Quand la philosophie fait pop !). Presses Universitaires de Laval. <https://doi.org/10.4000/communication.6825>

⁷ Chastagner, C. (2014). *De la culture rock*. PUF.

⁸ Quémet, F., & Adeyemi, K. (2021). *I. Sombrier droit : la vie des personnes noires à l'intersection du hip-hop et de l'industrie pharmaceutique*. (p. 13-22). <https://doi.org/10.3917/lscie.heugu.2021.01.0013>

de *rock star* ainsi : il s'agit d'une personne qui est célèbre et admirée pour son succès dans le monde de la musique – mais pas uniquement le rock. Au-delà de la musique, elle a un impact culturel conséquent : elle peut influencer les attitudes sociales, les modes de vie ou encore les tendances dans la mode. En termes de personnalité, les *rock stars* sont connues pour leur excentricité, leur comportement parfois « rebelle ». Elles ont une *fanbase* dévouée qui admire leur musique et leur style de vie, et se rendent régulièrement à leur concerts, où les artistes peuvent montrer leur capacité à se produire sur scène avec énergie et charisme.

En effectuant ce travail de recherche, nous nous sommes rendus compte que la notion de *rock star* ne s'appliquait que très peu à des artistes féminines dans les représentations médiatiques, même pour des artistes comme Janis Joplin ou Amy Winehouse. A titre indicatif, seulement 8% des artistes intronisés au Rock'n'roll Hall of Fame, Panthéon situé à Cleveland aux Etats-Unis récompensant artistes et personnalités influents du rock, sont des femmes⁹. Dans un article pour The Guardian, la chanteuse Courtney Love souligne le manque d'égalité entre les artistes masculins et féminins, mais aussi entre les artistes blancs et non-blancs. Aux Etats-Unis, cette institution est très importante pour la reconnaissance des artistes, car elle renforce leur visibilité et leur permet par exemple d'augmenter les prix de leurs places de concerts. De par la domination masculine exercée dans l'industrie musicale et médiatique, le biais sexiste des représentations des artistes féminines est encore fort. Dans les deux genres musicaux étudiés ici, les femmes sont moins nombreuses que les hommes, et jouissent d'une couverture médiatique moins forte. Nous avons fait un simple test : en tapant dans notre moteur de recherche "female rock stars", seuls des articles contenant l'expression "female rock singers" apparaissaient. A l'inverse, en tapant "rock stars", les résultats contenaient majoritairement des articles listant des artistes masculins. Pour désigner des chanteuses ou rappeuses féminines, autant voire parfois plus connues que leurs homologues masculins, les termes adoptés vont plutôt être les suivants : *pop star*, *disco diva*, *soul diva*, *queen of pop/rap*... Tandis que le terme *rock star* reste assigné aux hommes. Pour cette raison, les artistes étudiés dans ce corpus et cités tout au long de ce mémoire sont essentiellement masculins. La *rock star*, souvent de genre masculin dans les représentations symboliques et médiatiques, s'inscrit donc dans un imaginaire collectif à travers la création d'un personnage plus ou moins lié à la musique qu'elle propose.

⁹ Love, C. (2023, 17 mars). Why are women so marginalised by the Rock & Roll Hall of Fame ? *the Guardian*.
<https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/mar/17/why-are-women-so-marginalised-by-the-rock-roll-hall-of-fame>

Cette figure de *rock star* s'inscrit dans ce qu'on appelle communément la *culture populaire*, autre notion essentielle de ce travail de recherche. Pour rappel, Stuart Hall, l'un des pères des *Cultural Studies*, définit la culture comme ce qui donne un sens au monde, par le biais de concepts partagés, qui nous permettent d'organiser et de classer le monde. C'est une norme chez les êtres humains pour structurer une société, dans la mesure où l'on nourrit cette culture par différents moyens comme l'école ou la politique. Parmi les concepts qui régissent le monde, certains existent bel et bien, d'autres non. La culture, c'est un ensemble de pratiques qui produisent, de manière symbolique, du sens en société. Les pratiques sont impliquées dans le processus de représentation. La circulation du sens implique la question du pouvoir et de qui le détient.¹⁰ En effet, lorsque le terme *culture populaire* a été créé, c'est en opposition à ce que Bourdieu appellerait culture « légitime », « bourgeoise » ou « dominante ». Selon John Storey, chercheur britannique dans les *Cultural Studies*, la *culture populaire* est la culture « qui reste » une fois que l'on a désigné ce qu'est la « haute culture »¹¹. C'est-à-dire que la culture populaire, née de la révolution industrielle et de l'urbanisation, se construirait en opposition à une culture dite savante ou élitiste. La culture populaire se rapporterait à une dimension concernant « les gens » ou « le peuple » à la fois comme public ou marché mais aussi comme sujet »¹². A la naissance des *Cultural Studies* dans les années 50 en Angleterre, des chercheurs comme Hoggart décident d'utiliser leurs compétences en recherche pour étudier des objets pensés comme « illégitimes ». Hall définit la culture populaire comme « sur une période donnée, les formes et les activités qui ont leurs racines dans les conditions sociales et matérielles des classes particulières, et qui se sont incarnées dans les traditions et les pratiques populaires »¹³. Cela inclut notamment la musique, et en particulier des musiques comme le rock et le rap que nous allons étudier, nés au sein de classes sociales populaires aux Etats-Unis (classes ouvrières, communautés afro-américaines...), et consommés par ces mêmes classes à l'origine.

Si celle-ci ne paraît pas évidente au premier abord, la connexion musicale entre le rock et le rap ne date pourtant pas d'hier et s'inscrit dans un temps long. En 1986, Run DMC et Aerosmith s'associent pour créer le titre *Walk this way*. Puis d'autres collaborations

¹⁰ Artesquieu. (2022, 9 juin). (Vidéo) [ENG] *Stuart Hall - Définition de la culture (Représentation et médias)* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=UyU2rZMk2Ug>

¹¹ Sociology Group. (2020). *What is Popular Culture : Overview*. Sociology Group : Welcome to Social Sciences Blog. https://www.sociologygroup.com/popular-culture/?utm_content=cmp-true

¹² Comicalités. (s. d.). *Les dynamiques hégémoniques dans la culture populaire*. Le carnet de Comicalités. <https://graphique.hypotheses.org/199>

¹³ Ibid

apparaissent, notamment Anthrax et Public Enemy, Linkin Park et Jay-Z...A l'époque, des singles ou albums communs rock / rap voient le jour certes, mais le mélange des sonorités propres à chaque style reste minoritaire. En 2008, Kanye West change cela. Il publie son quatrième album studio *808s heartbreak*, un album dans lequel l'artiste manie l'outil de transformation vocale qu'est l'autotune, et le premier dans lequel il aborde réellement ses sentiments, notamment la tristesse liée à la mort de sa mère, survenue un an plus tôt¹⁴. Si avant sa sortie à la fin des années 2000, la critique était plutôt perplexe quant au succès de cet album, aujourd'hui, *808s heartbreak* est considéré comme l'un des projets musicaux ayant influencé toute une génération de rappeurs américains, celle des dix dernières années¹⁵, sur le fond - le fait d'exprimer ses sentiments sans filtres - comme sur la forme - la musicalité et le mélange de différents styles musicaux au sein d'un album de rap. En effet, cet album est l'un des premiers à mixer hip-hop et influences électroniques et pop, à jouer avec les frontières des genres musicaux. En ce sens, il est considéré comme un *gamechanger*, c'est-à-dire un album qui affecte profondément sa catégorie¹⁶. *808s heartbreak* va permettre l'ouverture du hip-hop à d'autres styles par la suite. En 2013, l'artiste va sortir *Yeezus*, un album aux influences résolument punk, new-wave et rock. C'est la même année qu'il accorde une interview à la BBC1, dans laquelle il affirme que le rap est le nouveau rock'n'roll¹⁷.

Quelques années plus tard, en 2017, deux styles de rap ont émergé et ont rapidement captivé l'attention des auditeurs : l'*emo-rap* et le *soundcloud rap*, deux courants représentés par des artistes comme xxxtentacion, Juice Wrld, Lil Uzi vert ou Lil Peep. L'*emo-rap*, influencé par le mouvement emo des années 2000 et le rap alternatif, a apporté une dimension émotionnelle et introspective au rap traditionnel. Les artistes *emo-rap* écrivent des paroles sincères et vulnérables pour exprimer leurs luttes personnelles, leur anxiété et leur tristesse, créant ainsi une connexion profonde avec leur public¹⁸. Les sujets abordés sont majoritairement l'addiction (à la drogue, aux médicaments ou à l'alcool), les relations amoureuses et la dépression. Parallèlement, le *soundcloud rap*, né de la plateforme *SoundCloud* - une plateforme

¹⁴ Holmes, C. (2023, 19 avril). The Raw, Rushed Making of '808s & Heartbreak,' Kanye West's Most Influential Album. *Rolling Stone*. <https://www.rollingstone.com/music/music-features/making-of-808s-heartbreak-759011/>

¹⁵ The Enduring Influence of Kanye West's '808s & Heartbreak'. (s. d.). *Genius*. <https://genius.com/a/the-enduring-influence-of-kanye-west-s-808s-heartbreak>

¹⁶ *game changer*. (2023). <https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/game-changer>

¹⁷ Clevver Music. (2013, 25 septembre). *KANYE WEST SAYS HE'S NO. 1 ROCKSTAR ON THE PLANET ? BBC INTERVIEW 2013* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=7fRvvANljf8>

¹⁸ Zoladz, L. (2017, août 30). XXXTentacion, Lil Peep, and the Future of Emo. *The Ringer*. <https://www.theringer.com/music/2017/8/30/16225968/emo-xxxtentacion-lil-peep-brand-new>

audio permettant aux musiciens de distribuer leur musique -, a offert une nouvelle voie d'expression à de jeunes artistes, notamment ceux issus du courant *emo-rap*. Le *soundcloud rap* a permis aux artistes de se faire connaître rapidement et de trouver de nouvelles voies pour se faire repérer par l'industrie musicale¹⁹. Ces deux mouvements ont marqué un tournant dans la scène rap américaine de l'époque, atteignant cette année-là des records dans le mythique classement du *Billboard 100*²⁰. Les médias spécialisés et le public y voient alors, au-delà de l'émergence d'une nouvelle scène, un changement de paradigme et l'adoption de nouveaux codes musicaux et esthétiques. A la même époque, les titres *Black Beatles* de Rae Sremmurd et *Rockstar* de Post Malone en *featuring* - comprendre collaboration - avec 21 Savage atteignent aussi les sommets des *charts*²¹. Leur point commun ? Ils y évoquent le mode de vie de la *rock star* : la fête, les groupies, la consommation de drogues... C'est tout un imaginaire commun qui est ici convoqué, et que les rappers se réapproprient. De nombreuses autres chansons du même genre vont par la suite voir le jour. C'est pour cette raison que le corpus de rappers étudiés dans ce mémoire se resserrera sur la période de 2017 à aujourd'hui, car elle concentre énormément d'artistes ayant fait référence ou s'inspirant – sur le fond et la forme – des *rock stars* d'antan. Pour le rap, les Etats-Unis sont les précurseurs et ont donné naissance à ce genre, c'est pourquoi nous nous concentrerons sur ce pays. Les artistes rap que nous avons choisi d'étudier sont les suivants : Travis Scott, Post Malone, Lil Peep, Playboi Carti, Lil Uzi Vert. Pourquoi ces artistes ? D'abord, ils officient tous depuis une dizaine d'années dans le hip-hop. De plus, de par leur attitude, leur apparence physique et/ou vestimentaire, leurs performances sur scène, les références qu'ils utilisent dans leurs chansons... ces artistes ont été désignés par d'importants titres de presse spécialisés dans la musique comme des *rock stars* du hip-hop²². Pour relever les potentielles similitudes entre les rock stars d'antan et celles d'aujourd'hui, nous mettrons en comparaison les artistes rap précédemment cités avec Elvis Presley, Jimi Hendrix, Mick Jagger du groupe Rolling Stones, Kurt Cobain et Axl Rose, chanteur du groupe Guns and Roses. Ces artistes ont performé lors de décennies différentes mais ont tous un point commun : ils sont reconnus par le public et les experts du sujet comme des légendes du rock, et plus précisément des *rock stars*²³, de par leur musique certes, mais aussi leurs prestations

¹⁹ Caramanica, J. (2017, 22 juin). The Rowdy World of Rap's New Underground. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2017/06/22/arts/music/soundcloud-rap-lil-pump-smokepurp-xxxtentacion.html>

²⁰ Suarez, G. (2018, 24 mai). Emo Rap Builds Momentum On The Billboard Charts. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/garysuarez/2018/05/24/juice-wrld-lil-skies/?sh=22276f1b568c>

²¹ Les charts sont les classements musicaux

²² Smile, C. (2021, 9 avril). 12 Rappers Who Are Inspired By Rock Music. *Loudwire*. <https://loudwire.com/rappers-inspired-by-rock-music/>

²³ Shumway, D. R. (2014). *Rock Star: The Making of Musical Icons from Elvis to Springsteen*.

lors des concerts, leur mode de vie ou l'aura qui leur est attribué. Dans ce mémoire, nous étudierons la manière dont un récepteur (les rappers américains) se réapproprient des codes esthétiques et des références historiques ou culturelles issues d'un émetteur (les *rock stars* « originelles ») pour s'en inspirer, en faire leur marque de fabrique et apparaître sur différents médias auprès d'un large public, au prisme de théories comme celles d'Yves Jeanneret sur la trivialité des objets culturels, ainsi que celle de Philippe Marion sur la médiagenie.

Dans ce processus de recherche, il a également fallu déterminer sur quel aspect de la *rock star* nous voulions travailler. En effet, le sujet étant très vaste car les artistes nombreux et les attributs variés, nous avons préféré nous concentrer sur un pan essentiel de la carrière de la *rock star* : les performances scéniques. Le médium particulier du concert (en salle de concert ou en festival) nous permet de nous interroger sur la réappropriation du mythe de *rock star* par les rappers américains. Nous avons choisi le terme de “performance scénique” car celui-ci permet de décrire un ensemble d'actions et de codes que l'on peut retrouver lorsqu'un artiste est présent sur scène pour un concert. Le CNRTL propose la définition suivante de “performance” : “succès remporté par une personne; action, exhibition, interprétation demandant des qualités exceptionnelles”²⁴. Ici, nous nous intéressons en effet à l'interprétation de morceaux sur scène, et comment celle-ci prend forme pour répondre à une volonté artistique de véhiculer tel ou tel message et de donner à voir au public une image précise de l'artiste. De plus, la performance inclut un pan social lorsqu'on l'analyse. Christophe Small, dans la revue *Volume !*, suggère que la performance musicale est aussi “une rencontre qui a lieu au travers de sons organisés d'une certaine façon. Comme toute rencontre humaine, elle se déroule dans un environnement physique et social”²⁵. La performance peut aussi être vue comme une “*expérience* au sens étymologique d'« essai », où les musiciens se trouvent face à un *champ des possibles* qu'ils explorent en fonction de leurs compétences, mais aussi de leur connivence avec les autres musiciens, et du contexte. Leur performance peut être alors saisie en tant que mise en forme de l'action”²⁶. Que ce soit avec le Moondog Coronation Ball en 1952 puis les différents festivals comme le Monterey Pop Festival et Woodstock pour le rock ; ou les block parties du Bronx et aujourd'hui les festivals internationaux pour le rap, le rap et le rock sont deux genres musicaux qui sont nés et ont pris du poids par le biais du format concert. Pour

²⁴ PERFORMANCE : Définition de PERFORMANCE. (s. d.). <https://www.cnrtl.fr/definition/PERFORMANCE>

²⁵ Small, C. (2019). « Prélude : musique et musiquer ». *Volume !*, 15 : 2, 139-151. <https://doi.org/10.4000/volume.6593>

²⁶ Olivier, E. (2004). Performance musicale et situation sociale : Analyse de deux mises en forme d'un chant ju|'hoan de Namibie. *Cahiers de musiques traditionnelles*, 17, 65. <https://doi.org/10.2307/40240519>

pouvoir comparer comment les artistes rock et comment les artistes rap construisaient leur image de *rock star* à travers les concerts, nous avons établi un corpus composé de dix vidéos, cinq pour chaque typologie d'artiste, dont des vidéos professionnelles et amatrices de concerts, des clips musicaux montrant un concert ou encore des extraits de documentaires montrant des concerts. Cela nous permettra de relever les points communs entre tous les concerts de ces artistes, rock et rap confondus, mais aussi de constater d'éventuelles différences, aussi bien au niveau des artistes eux-mêmes que de leur scénographie ou leur public. Cette grille²⁷ nous permettra de mieux comprendre quels sont les attributs de la matrice de la rock star, et quelles sont éventuellement les évolutions entre les *rock stars* originelles (les artistes de rock) et les possibles *rock stars* 2.0 (les artistes de rap). Cette analyse sémiologique est également accompagnée d'entretiens avec des professionnels de l'industrie musicale²⁸, qui pourront nous exposer leur point de vue sur notre sujet, et apporter de nouveaux éclairages. Cependant, notre approche ne s'est pas limitée qu'à ces entretiens avec ces professionnels. En effet, ayant moi-même effectué mon alternance chez la maison de disques Sony Music, ma posture de recherche a été celle que Bastien Soulé qualifie de « participation observante ». La participation observante désigne « un investissement important, ou particulièrement prolongé, au sein d'un groupe, d'une communauté ou d'une organisation [...] L'observation constitue pour sa part une activité « naturelle » de tout participant »²⁹. En effet, ayant passé plus d'un an dans cette entreprise, cela m'a permis d'obtenir de nombreuses références, de nombreux points de vues différents sur mon sujet. Ayant par exemple besoin d'être au courant des dernières tendances de l'industrie musicale, la veille active que je réalise chaque jour sur les réseaux sociaux m'a permis de déduire assez rapidement des éléments du sujet comme le corpus d'artistes étudiés, les vidéos sélectionnées etc.

Il nous paraît donc intéressant d'étudier la réappropriation du mythe de la *rock star* par ces rappeurs américains, car ce sujet permet de confronter et de relever les points de concordance entre deux genres musicaux qui ont souvent été opposés dans les médias et les représentations collectives. Les médias traditionnels ont longtemps présenté le rock et le rap comme étant diamétralement opposés³⁰, associant le rock aux communautés blanches à la

²⁷ Voir annexe n°1

²⁸ Voir annexe n°2

²⁹ Soulé, B. (2007). Observation participante ou participation observante ? Usages et justifications de la notion de participation observante en sciences sociales. *Recherches qualitatives*, 27(1), 127. <https://doi.org/10.7202/1085359ar>

³⁰ Brown, T. (2018). Rap : the new rock and roll — The Unaffiliated press. *The Unaffiliated Press*. <https://www.unaffiliatedpress.ca/article/2018/7/29/rap-the-new-rock-and-roll>

rébellion et à la liberté, tandis que le rap, associé aux communautés noires³¹, était souvent stigmatisé comme violent, matérialiste et dénué de valeur artistique. Cependant, une analyse plus approfondie de la culture musicale contemporaine révèle des intersections et des influences mutuelles entre ces deux genres³². Les rappeurs américains se réapproprient et réincarnent le mythe de *rock star* à travers leurs concerts, en adoptant des attitudes provocantes, une esthétique visuelle exubérante et une présence scénique puissante. Cela crée une dynamique intéressante où les codes et les symboles du rock sont utilisés pour transmettre un message de contestation et d'émancipation dans le contexte du rap. Dans ce mémoire, nous chercherons à comprendre comment les rappeurs américains ont assimilé et adapté les éléments emblématiques du rock pour construire leur propre identité artistique et défier les normes établies. Qu'est-ce qui rassemble des artistes très différents en termes de styles musicaux et d'époques sous une même bannière, celle de *rock star* ? Quelles peuvent être les références culturelles et esthétiques communes qui gravitent autour de cette notion de *rock star* ? Cette recherche contribuera à une meilleure compréhension des échanges culturels et des processus de réappropriation dans le domaine de la musique contemporaine et dans la culture populaire en général, en mettant en évidence les similitudes et les convergences entre le rap et le rock, et en remettant en question les stéréotypes et les frontières musicales préétablies. Car s'il existe les *cultural studies*, les *stars studies* - qui s'attèlent à décrypter la fabrique d'une matrice autour de ce personnage ancré dans l'imaginaire collectif, et quels peuvent être les impacts des artistes sur nos références culturelles communes -, les *fans studies* - qui nous permettront de comprendre en quoi les fans interviennent dans la construction d'un mythe de rock star autour d'un artiste, que ce soit dans la relation qu'ils ont avec l'artiste ou leur manière de « consommer » les performances live des artistes - et les *hip-hop studies* dont nous mobiliserons différents auteurs, concepts et ouvrages tout au long de ce mémoire, peu de travaux se sont attelés à un comparatif entre les deux genres musicaux et leurs artistes. La confrontation entre le rap et le rock dans ce travail s'appuiera également sur de nombreux articles de presse spécialisée dans la musique et considérés comme des références.

³¹ Schaap, J., van der Waal, J. and de Koster, W. (2022), Black Rap, White Rock: Non-Declarative Culture and the Racialization of Cultural Categories. *Sociol Inq*, 92: 1281-1305. <https://doi.org/10.1111/soin.12461>

³² Perreux, M. (2016, 4 juillet). Quand « Walk this Way » faisait s'écrouler le mur séparant rock et rap | Slate.fr. *Slate.fr*. <https://www.slate.fr/story/120519/walk-way-la-chute-du-mur>

Nous formulerons donc la problématique suivante :

La *rock star* : comment ce mythe de la culture populaire né au milieu du 20^e siècle, perdure-t-il grâce aux performances scéniques des rappeurs américains de la dernière décennie ?

Au cours de notre réflexion sur ce sujet, nous avons pu déterminer trois hypothèses de recherche que nous allons discuter dans ce mémoire :

1. Le mythe de la *rock star* dépasse les frontières des genres musicaux car il ne s'agit pas que de musique, mais de toute une esthétique : un ensemble de références visuelles et culturelles et des modes de vie.
2. Le mythe de la *rock star* existe encore et se renouvelle grâce à des fanbases ultra engagées se regroupant lors de concerts qui sont des expériences médiagéniques
3. La *rock star* est un type d'artiste qui répond à des logiques mercantiles, dans le rap comme dans le rock. C'est pour cela que ce mythe est toujours remédié par les artistes rap aujourd'hui, notamment par le biais des concerts.

Par conséquent, notre réflexion s'articulera en trois parties. Dans un premier temps, nous tâcherons de comprendre à partir de quoi et comment se construit le mythe de la *rock star*, au-delà de la simple musique. La deuxième partie aura vocation à étudier le rôle des fans dans les concerts et leur médiatisation. Enfin, la dernière partie s'attachera à analyser les dynamiques marchandes que créent l'industrie du *live*, et dans quelle mesure celles-ci impactent la personnalité de la *rock star*.

I. Le mythe de la *rock star* : la construction d'un mythe musical mais aussi socio-culturel et esthétique partagé par de nombreux artistes

A. L'extension des attributs originellement associés à la *rock star* à des artistes issus d'autres courants musicaux

Le rock est le genre musical qui a fait naître le mythe de la *rock star*. En introduction, nous expliquions qu'une *rock star* est une personne admirée dans le secteur musical, mais pas seulement le rock. En termes de musique, de nombreux rappeurs se sont réappropriés le rock dans leurs œuvres, et ce, par différents procédés. Tout d'abord, il est essentiel de rappeler que la notion de *remix* est un pilier fondamental du rap, et plus globalement du hip-hop : le remix "consiste à prendre des motifs musicaux existants et à les mélanger pour créer un nouveau son."³³ De fait, le rap est né conjointement à la pratique du DJing, et il est l'un des premiers genres musicaux à s'être emparé de procédés technologiques comme le *sampling*, que l'on peut définir comme "un processus d'enregistrement d'un son, et son stockage dans un petit morceau de technologie appelé *sampler* qui est capable de rejouer ce son à la demande. L'origine de ce son importe peu. On peut ensuite se servir du *sampler* pour remodeler le son"³⁴. Tricia Rose, chercheuse américaine spécialisée dans la culture noire américaine et les musiques populaires, explique que les producteurs de rap utilisent "les *samplers* comme point de référence, comme moyen de souligner et de privilégier le processus de répétition et de re-contextualisation »³⁵. Ainsi, au-delà des collaborations entre groupes de rock et rappeurs que nous avons pu évoquer en introduction, les morceaux de rap contenant des *samples* de rock sont nombreux : Jay-Z reprend *Five to one* des Doors dans son morceau *Takeover*, M.I.A sample *Straight to hell* des Clash pour son single *Paper Planes*, tandis qu'A\$ap Rocky se réapproprie *Where is my mind* des Pixies dans *Mamacita*, son *featuring* avec Smooky MarGielaa. Judith Amsallem, Directrice Insights & Social Creative chez Sony Music, explique que "c'est une tendance de plus en plus courante. Le rap est né avec un ADN très contestataire, une musique qui était très propre à l'époque et des sonorités très différentes des sonorités *mainstream* de l'époque. Maintenant que le rap est devenu le genre le plus populaire, il s'autorise beaucoup plus de choses, à aller faire des *cross* avec d'autres genres : beaucoup avec la pop, avec le rock. Le jeu entre les genres fait

³³ Berlinger, M. (2018, 27 janvier). How hip-hop fashion went from the streets to high fashion - Los Angeles Times. *Los Angeles Times*. <https://www.latimes.com/entertainment/la-et-ms-ig-hip-hop-fashion-streets-couture-20180125-htlstory.html>

³⁴ Harkins, P. (2012). La transmission perdue et retrouvée: Le sampler comme outil de composition et de décontextualisation de l'enregistrement. *Réseaux*, 172, 92-118. <https://doi-org.accesdistant.sorbonne-universite.fr/10.3917/res.172.0092>

³⁵ Ibid

même presque partie de la créativité (...) Donc bien sûr artistiquement, dans la musique en elle-même, il y a beaucoup de ponts. Les jeunes artistes s'autorisent davantage à intégrer de nouvelles sonorités, que ce soit de la pop, du raï, du rock...". En effet, les notions de *reprise* - que l'on peut définir comme "l'interprétation d'une version d'un morceau de musique que d'autres ont déjà interprété"³⁶ - et d'appropriation - qui désigne "toutes sortes de copies, d'emprunts ou de recyclages qui aboutissent à constituer une pièce musicale en utilisant des éléments préexistants"³⁷ -, parcourent l'histoire des musiques populaires³⁸.

Dan Dipiero explique que le passé, transformé en images, en ambiances ou en souvenirs, devient un puits de "ressources et codes esthétiques que nous recyclons en continu dans de nouvelles combinaisons"³⁹. Selon lui, l'expression de la nostalgie, terme que Katharina Niemeyer définit comme "une "habitude" de la modernité - à savoir le regard collectif et individuel orienté vers une période du passé apparemment meilleure - qui peut devenir ici initiatrice de qualification du passé comme étant doré, même s'il ne l'était pas forcément", est très courante dans l'histoire des musiques populaires. C'est pourquoi les *samples* sont couramment utilisés pour recréer de nouveaux morceaux. Mais comme le souligne Denis-Constant Martin, l'appropriation musicale n'est pas uniquement un procédé technique, mais un ensemble de "significations symboliques"⁴⁰ utilisées pour produire quelque chose de nouveau, et surtout construire une identité particulière. Elle fait partie du processus créatif de l'artiste, qui dispose d'un nouveau médium pour exprimer sa personnalité. Pour Judith Amsellem, c'est avant tout parce que "la musique est un art qui, comme tous les arts, se nourrit de ce qui a été fait avant. La création et la créativité, c'est rarement "inventer quelque chose de nouveau". C'est surtout savoir être le premier à faire des connexions entre plusieurs choses qui existent déjà. Forcément, tu te bases sur quelque chose qui existe déjà. D'ailleurs, tu demandes à n'importe quel artiste d'aujourd'hui qui sont ses inspirations, il ou elle en a toujours." Ainsi, en utilisant les motifs musicaux du rock comme les guitares électriques, les cris ou les mélodies de tubes passés, l'artiste rap renvoie l'auditeur à certains souvenirs, certaines images médiatiques connues, et nourrit inconsciemment son image de *rock star* auprès du public.

³⁶ Butler, J. (2010). Œuvres musicales, reprises et Strange little girls. *Volume !*, 7 : 1, 41-72. <https://doi.org/10.4000/volume.901>

³⁷ Martin, D. (2014). Attention, une musique peut en cacher une autre. *Volume !*, 10 : 2, 47-67. <https://doi.org/10.4000/volume.3993>

³⁸ Dauncey, H., & Tinker, C. (2014). La nostalgie dans les musiques populaires. *Volume !*, 11 : 1, 7-17. <https://doi.org/10.4000/volume.4199>

³⁹ Dipiero, D., & Garnier, S. (2022). Around Again : Nostalgie dans la musique populaire. *Audimat*, N° 17(2), 137-162. <https://doi.org/10.3917/audi.017.0137>

⁴⁰ Martin, D. (2014). Attention, une musique peut en cacher une autre. *Volume !*, 10 : 2, 47-67. <https://doi.org/10.4000/volume.3993>

Mais pour construire un mythe, une légende autour d'un artiste, la seule musique ne suffit pas. Judith Amsallem explique : “aujourd'hui, c'est juste que le mot *rock star* prête à confusion car les artistes qui arrivent le plus à véhiculer *ça* font moins de rock et plus de rap, car c'est le genre musical n°1. C'est juste que le mot a été répandu au moment où c'était le rock qui était à son avènement. Si ça avait été l'inverse, peut-être qu'on appellerait ça des *rap stars*”. Dans notre définition introductive de la notion de *rock star*, nous abordions effectivement son impact culturel, son influence sur les modes de vie et les choix de consommation. Si la rock star peut influencer des comportements, c'est d'abord parce qu'elle possède un aura, un charisme qu'elle seule peut véhiculer. Pour Judith Amsallem, la *rock star* est “un mot qui est devenu générique pour décrire une forme de charisme, une forme de rapport au public. C'est quelqu'un qui rend les fans dingues (...) quelqu'un de magnétique qui a une aura très forte autour de lui”. C'est ce que nous avons pu percevoir dans notre corpus d'analyses vidéos, aussi bien chez les rockeurs que les rappers. En effet, dans la vidéo du premier concert d'Elvis Presley à Tupalo en 1957⁴¹, on voit, et on entend, ses fans - majoritairement féminines - crier tout au long de la prestation, de manière continue. Certaines pleurent, d'autres sautent de joie. Elvis est un artiste connu pour son pouvoir de séduction auprès des femmes, et celui-ci se vérifiait régulièrement lors des concerts avec des fans féminines très présentes, interagissant souvent avec le chanteur. Dans un autre genre, *Look mom, I can fly*, le documentaire de Travis Scott sur sa carrière, s'ouvre sur des témoignages de fans présents à des concerts : “ils nous ont dit “trop fous”, on a du dégager”, “j'emmerde la sécurité, je vais me jeter sur scène putain!”, “les ennemis de la Flame sont mes ennemis”, “Travis Scott est le meilleur, je nique tous ceux qui l'attaquent”, “on tuerait pour la Flame mec”⁴². Cela montre à quel point des fans peuvent être prêts à tout, même à se mettre en danger, pour prouver leur attachement, voire une forme d'allégeance, à leur artiste préféré. Cette attraction du public pour un artiste peut, si l'on reprend les mots de Myriam Juan et Nicolas Picard dans leur article sur la notion de célébrité, “s'apparenter à des phénomènes religieux”⁴³, dans lesquels l'artiste serait une “créature exceptionnelle évoluant au-dessus de la masse”. Cet aspect religieux, on le retrouve également chez le rappeur Playboi Carti, que nous avons étudié au sein de notre corpus. Dans ses prestations scéniques, celui-ci livre des performances très

⁴¹ Voir en annexe n°3

⁴² Voir en annexe n°3

⁴³ Juan, M. & Picard, N. (2012). Célébrité, gloire, renommée: Introduction à l'étude historique du fait d'«être connu de ceux que l'on ne connaît pas ». *Hypothèses*, 15, 87-96. <https://doi.org/10.3917/hyp.111.0087>

mystiques⁴⁴. Tapi dans la pénombre et jouant exclusivement la nuit lors des festivals, on ne peut presque pas le voir, et encore moins le toucher - il ne s’approche pas du public et ne lui parle pas -, à l’instar des divinités. En revanche, on peut le sentir : sa musique et la performance scénique qui l’accompagne sont les seuls points de contact du fan avec l’artiste. Le simple fait de le savoir présent devant soi, même en ne le voyant pas, suffit à conquérir les fans. Si cet aspect religieux s’applique aux célébrités en général, il est d’autant plus pertinent chez les *rock stars* car c’est une combinaison de musique et d’attitude qui leur permet d’atteindre ce statut.



En définissant la *rock star*, nous prenions également en compte sa personnalité et son mode de vie : «les *rock stars* sont connues pour leur excentricité, leur comportement parfois « rebelle »». C’est-à-dire qu’au-delà de la musique, un *imaginaire social*⁴⁵ s’est créé autour de la *rock star*. Dans *L’invention de la rock star : les Rolling Stones dans l’imaginaire social*, les auteurs rappellent que, si les Rolling Stones ont choqué l’opinion publique à leur époque, c’est avant tout à cause de leur mode de vie, qu’ils qualifient “d’interdit mais admiré” et d’”alternatif”. En effet, l’aspect “provocateur” des artistes qu’on qualifie de *rock stars* est l’un des dénominateurs communs de leur personnalité. Pour la parution de son premier numéro en 1967, le fondateur du magazine Rolling Stone déclare que le magazine n’abordera pas uniquement le sujet du rock, mais « les éléments et attitudes que cette musique intègre »⁴⁶. Claude Chastagner, dans son livre sur la culture rock, explique qu’à l’époque de l’émergence du rock, les médias spécialisés avaient pour objectif de “décrire une attitude, un style de vie qu’on qualifierait de global aujourd’hui, combinant goûts musicaux, modes vestimentaires, pratiques sexuelles, opinions politiques et choix de consommation, drogues incluses, non conformes à ceux prônés par le monde adulte ». Ceci est confirmé par la formule “Sex, and

⁴⁴ Voir annexe n°4

⁴⁵ Boucher, F., David, S., & Prévost, M. (2014). *L’invention de la rock star : les Rolling Stones dans l’imaginaire social*. Editions Hermann.

⁴⁶ Chastagner, C. (2011). *De la culture rock*. <https://doi.org/10.3917/puf.chast.2011.01>

drugs and rock'n'roll”, titre d’une chanson de Ian Dury datant de 1977, devenue une devise pour de nombreux artistes et dans la culture populaire. Jean-Michel Espitallier, dans un ouvrage sur les musiques populaires, identifie plusieurs éléments qui constituent la mythologie rock⁴⁷. Selon lui, la figure de l’artiste maudit et la mort précoce sont essentielles à ce mythe. L’artiste cultive cette image en consommant trop de drogues ou d’alcool, et ce quitte à en mourir, parfois très jeune. Dans notre corpus, deux artistes sont dans ce cas de figure : Jimi Hendrix meurt en 1970 à l’âge de 27 ans, et Lil Peep en 2017 à l’âge de 21 ans, les deux ayant fait une overdose de médicaments. Dans le cas de la scène *emo rap* que nous avons évoquée en introduction, les artistes font régulièrement allusion à l’usage de drogues médicamenteuses, et plusieurs de leurs précurseurs sont morts d’une overdose. Dans son titre *Legends*, le rappeur Juice Wrld, lui-même décédé à l’âge de 21 ans, rend hommage aux rappeurs xxxtentacion et Lil Peep, morts d’overdoses : “All legends fall in the making, yeah, sorry truth, uh. Dying young, uh, demon youth, What's the 27 Club? We ain't making it past 21.”⁴⁸ En effet, à la suite de la perte de ces artistes, les médias et le public les ont surnommé le *club des 21*, un clin d’œil au *club des 27*, une série de rockeurs morts - Jimi Hendrix, Janis Joplin, Jim Morrison entre autres - à 27 ans. De nombreuses chansons de rock font allusion à la drogue, comme *Purple Haze* de Jimi Hendrix⁴⁹, référence au cannabis, ou *Mother’s Little Helper*, chanson des Rolling Stones sur le Valium.

Chez les rappeurs de notre corpus, le sujet de la drogue peut aussi être abordé de manière plus festive. C’est un élément directement associé au mythe de *rock star*, à la fête et au sexe, que ce soit pour Post Malone dans son titre *Rockstar* : “I’ve been fuckin’ hoes and poppin’ pillies. Man, I feel just like a rockstar (Star, ayy, ayy)”⁵⁰; ou pour Travis Scott dans *Coordinate* : “We gon’ keep drinking this motherfucking lean, n****. And wearin’ these motherfuckin’ Rockstar jeans, n****”⁵¹. Ici, les artistes convoquent l’imaginaire de ce fameux mantra “sex, drugs and rock’n’roll” pour cultiver une image de *rock star* des temps modernes, qui n’a pas de limites et peut attirer n’importe quelle femme. En effet, le sexe joue aussi un rôle important dans la légende de la *rock star*, et du rock au rap, l’idée d’un artiste irrésistible,

⁴⁷ Espitallier, J. (2022). III. Mythes, légendes & comptes de fées. Dans : J. Espitallier, *Du rock, du punk, de la pop et du reste* (pp. 61-68). Pocket.

⁴⁸ Traduction : “Toutes les légendes tombent en cours de route, ouais, désolé pour la vérité... Mourir jeune, jeunesse démoniaque, c’est quoi le club des 27 ? On n’arrivera pas à dépasser les 21 ans”

⁴⁹ Tyler, B. (2017, 28 juin). The true meaning behind Jimi Hendrix’s “Purple Haze”. *Society of Rock – Where Rock and Roll Lives On*  . <https://societyofrock.com/true-meaning-behind-purple-haze/>

⁵⁰ Traduction : “J’ai baisé des putes et j’ai fait péter les pilules. J’ai l’impression d’être une rockstar.”

⁵¹ Traduction : “On va continuer à boire ce putain de *lean*, n****. Et à porter ces putains de jeans de rockstar, n****.”

en particulier auprès des femmes, a toujours été véhiculée. Selon David Schumway, c'est à partir du milieu des années 60 que le *sex appeal* est devenu une caractéristique à part entière du statut de rock star⁵². Ce *sex appeal* peut se manifester sous différentes formes, par exemple le mouvement de hanches d'Elvis Presley, que l'on peut voir lors de ses deux performances de notre corpus vidéo. Ce mouvement fait entièrement partie de l'image de séducteur qu'il a su cultiver. Mais comme le souligne Arnaud Collet, chef de projet chez Sony Music, une relation assez paradoxale entre les *rock stars* et les femmes existe : "dans les années 90, il y avait le mouvement *glam rock* aux Etats-Unis, avec beaucoup de groupes qui optaient pour des looks dits féminins. Et pourtant, ils étaient très misogynes !". En effet, si de nombreux artistes ont adopté des looks féminins et remis en question la notion de genre dans le vêtement, "le rock est imprégné par l'idée de pouvoir phallique", comme le souligne Simon Reynolds dans son livre *Sex revolts : rock'n'roll, genre & rébellion*. Pour l'auteur, les rock stars de l'époque sont les représentations de ce qu'est un "vrai homme"⁵³. Pascal Liotard, lui aussi, voit le rock comme faisant partie du "patrimoine de la masculinité", qui prône "la valorisation du sexe et d'un rapport de consommation aux femmes"⁵⁴. Le rap, quant à lui, est une musique qui s'est fondée sur l'affrontement de deux hommes, deux MCs rivaux. Dans le *gangsta rap*, sous-genre né dans les années 90, les femmes sont omniprésentes, "décrites comme objets sexuels et signes extérieurs de richesse"⁵⁵. Le pouvoir de séduction et le fait de montrer l'accumulation des conquêtes est l'une des caractéristiques permettant de forger autour d'un artiste son image de *rock star*.

Enfin, le dernier pilier de ce mythe est celui du style vestimentaire. Puisque la rock star n'est pas une personne ordinaire, sa tenue ne peut l'être. Il faut que ses vêtements retranscrivent sa personnalité, son charisme et son pouvoir de séduction. Du rock au rap, on trouve des pièces communes dans chaque vestiaire. Par exemple, le pantalon ou jean *slim*, c'est-à-dire très serré, que l'on voit aussi bien chez Mick Jagger que chez Travis Scott ou Lil Peep. Mais aussi le tee-shirt en résille, chez Axl Rose comme Lil Uzi Vert, ou encore le pantalon pattes d'eph, porté par toutes les *rock stars* lors des années 70, notamment Mick Jagger. On le retrouve chez Lil Uzi Vert lors de sa prestation au festival Rollin Loud Cali en 2023, dans un ensemble rouge

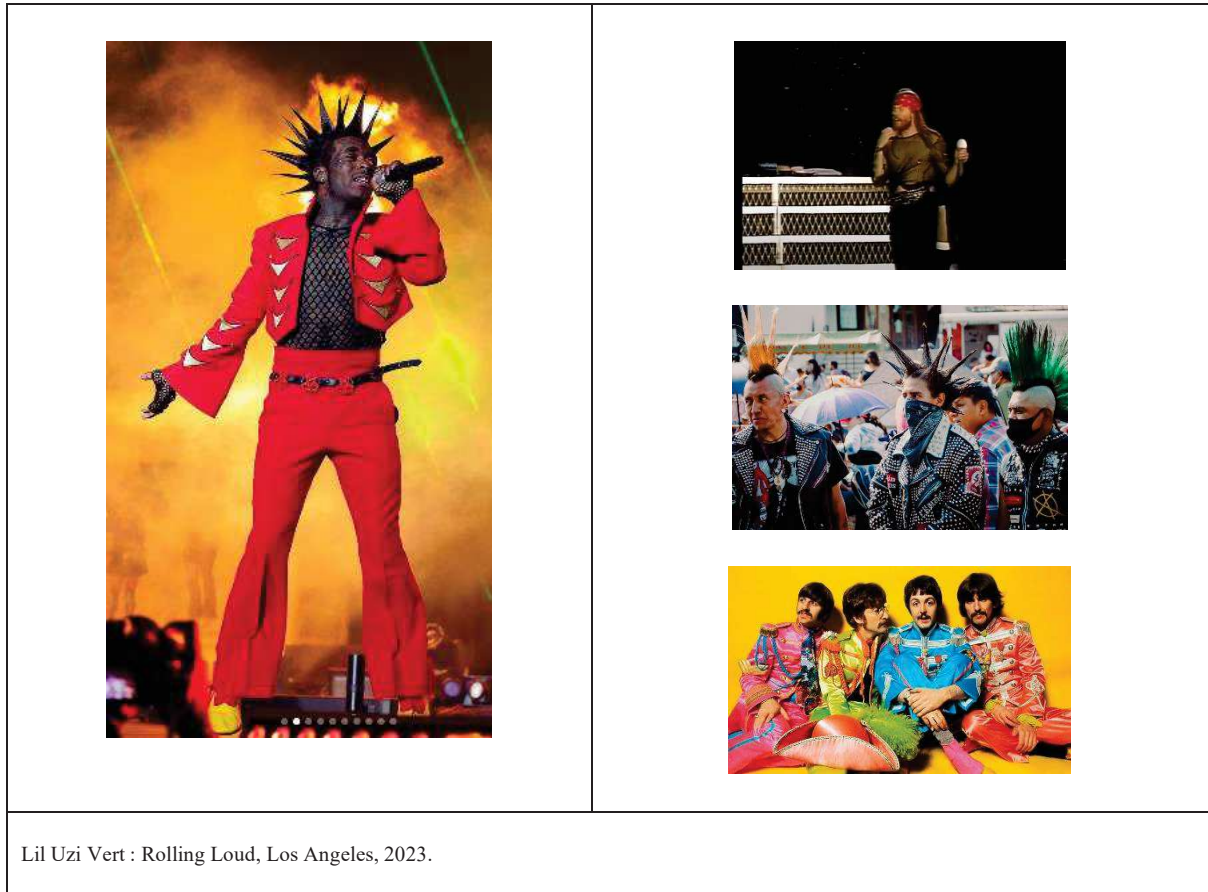
⁵² Shumway, D. R. (2014). *Rock Star: The Making of Musical Icons from Elvis to Springsteen*.

⁵³ Reynolds, S., & Press, J. (1995). *The sex revolts : Gender, Rebellion, and Rock « n » Roll*. Harvard University Press.

⁵⁴ Liotard, P.. (2014, 2 juin). Patrimoine de la masculinité : sexe and sport and rock'n roll. Espaces réflexifs, situés, diffractés et enchevêtrés. *Hypothèses*. <https://reflexivites.hypotheses.org/5608>

⁵⁵ Freitas, F. (2011). "Blackness à la demande". production narrative de l'"authenticité raciale" dans l'industrie du rap américain. *Volume !*, 8 : 2, 93-121. <https://doi.org/10.4000/volume.2696>

d'inspiration cirque. Il n'est pas sans rappeler les tenues portées par les Beatles sur la pochette de leur album *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, des costumes de parades colorés. Il arrive coiffé de pics sur la tête, look semblable à celui des auditeurs de punk des années 80.



L'un des vêtements les plus iconiques - par le terme iconique, nous entendons ici un objet ou une personne représentative d'un courant ou d'une époque - qui représente la *rock star*, c'est le blouson de cuir. Dans nos analyses vidéos, plusieurs artistes adoptent le cuir : Elvis porte un ensemble veste pantalon pour son retour à la télé en 1968⁵⁶. Les fans des Stones présents à Hyde Park en 1969⁵⁷ portent le blouson en cuir avec des clous qu'ils ont disposés eux-mêmes pour obtenir le motif désiré. On retrouve aussi cette matière chez le chanteur de Guns and Roses qui se l'approprie sous forme de jupe⁵⁸, et chez les Rolling Stones qui le portent en pantalon à Glastonbury en 2013⁵⁹. Playboi Carti se réapproprie ces pièces incontournables du dressing de rocker pour le porter en ensemble lui aussi, mais cette fois-ci avec une veste imper longue au

⁵⁶ Voir annexe n°5

⁵⁷ Voir annexe n°5

⁵⁸ Voir annexe n°5

⁵⁹ Voir annexe n°5

lieu du perfecto. Si autant de rock stars l'adoptent, c'est avant tout pour l'esprit rebelle que la matière véhicule : apparu chez les aviateurs lors de la Première Guerre Mondiale, le blouson en cuir s'est popularisé sur grand écran, avec des films comme *L'équipée sauvage* - 1953 - avec Marlon Brando⁶⁰. En 1969, le film *Easy Rider*, qui traduit la quête de liberté à travers un road trip en moto, accentue l'intérêt des rock stars pour la veste en cuir. Cette pièce du vestiaire de la *rock star* transcende les époques et les genres musicaux, c'est une icône indissociable de la culture rock et par extension la culture rebelle. Si les artistes rock et rap partagent certains vêtements, on peut aussi noter que les rappeurs rendent hommages aux rockeurs en portant le *merchandising* de certains artistes. Nous pouvons définir le merchandising comme la commercialisation de produits dérivés liés à un artiste, un groupe musical ou à un événement musical spécifique. Au sein de notre corpus d'artistes étudiés, certains aiment porter le merchandising de groupes de rock : lors de sa performance à l'Accor Stadium de Sidney, Post Malone porte un tee-shirt du groupe américain AC/DC⁶¹. Dans son dernier clip *KPop*⁶², Travis Scott porte un débardeur Limp Bizkit, un groupe de métal des années 2000 dont la particularité était de s'habiller comme les rappeurs de l'époque. Si les rock stars portent certaines tenues, elles influencent aussi la mode et incitent leurs fans à les porter à leur tour, elles sont précurseurs de tendances. Depuis quelques années, on assiste à l'adoption globale du look *streetwear* dans la société, un uniforme issu du hip-hop : les jeunes portent des jeans larges, des marques précises et s'intéressent à la culture *sneakers*⁶³. Pharell Williams devient Directeur Artistique de Louis Vuitton Hommes, tandis que Future dirige le programme Lab - un programme créatif - chez Lanvin. Leur influence dans la mode est décuplée.

En combinant ces différents éléments que sont la musique, l'aura, la provocation et le style vestimentaire, les artistes construisent autour d'eux leur image de *rock star*, et ce qu'importe leur style musical. En effet, nous retrouvons des caractéristiques aussi bien chez les *rock stars* originelles que chez les *rock stars* actuelles issues du rap, même si ce n'est pas toujours sous la même forme. En présentant toutes ces caractéristiques, la rock star n'est pas

⁶⁰ Butchart, A. (2016, 15 février). Un bref historique du blouson de cuir dans le rock. *Vice*. <https://www.vice.com/fr/article/r7bpwx/historique-perfecto-blouson-cuir-rock-n-roll-punk>

⁶¹ Toshi Aizawa. (2023, 19 février). *Post Malone - Live in Sydney 2023-02-04 - Twelve Carat Tour 67-minute set *FULL SHOW 4K** [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=GdgoJmc78zY>

⁶² TravisScottVEVO. (2023, 21 juillet). *Travis Scott, Bad Bunny, The Weeknd - K-POP (Official Music Video)* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=kS7F4VpJa0>

⁶³ Berlinger, M. (2018, janvier 27). How hip-hop fashion went from the streets to high fashion - Los Angeles Times. *Los Angeles Times*. <https://www.latimes.com/entertainment/la-et-ms-ig-hip-hop-fashion-streets-couture-20180125-htmistory.html>

un simple artiste interprétant du rock, elle est porteuse “sous sa forme humaine, d'idées sociales plus vastes”⁶⁴. Nous pouvons dire que la *rock star* est un type d'artiste matriciel, c'est-à-dire issu d'une matrice, qui est un élément qui fournit un appui ou une structure, et qui sert à entourer, à reproduire ou à construire. La *rock star* est matricielle car, grâce à la “transformation de ses substances fondamentales (images, situations, motifs)”⁶⁵, en l'occurrence la musique, la personnalité et le style, le mythe continue de se régénérer et d'exister à travers les styles musicaux et leur évolution.

A. La légende de la *rock star* parcourt la culture populaire car il est issu de genres musicaux devenus mainstream

Si l'on a souvent opposé les deux genres musicaux que sont le rock et le rap, ils ont pourtant des points communs dès leur naissance et au cours de leur évolution : celui d'être issu de classes sociales dites “populaires”, et de faire partie intégrante de la *culture populaire*. Si aujourd'hui, le concept de *culture populaire* signifie simplement *mainstream*, c'est-à-dire “les productions culturelles partagées par le plus grand nombre”⁶⁶, il a longtemps été utilisé de manière péjorative pour « (dis)qualifier la culture « de masse », dépréciée, car « marchande ». Le concept de « masse » signifie qu'elle concerne des objets consommés par un grand nombre de personnes⁶⁷. Les objets culturels considérés comme “illégitimes” dans les années 50 ont aussi été englobés dans le concept de *subcultures*, c'est-à-dire des « groupes de personnes qui sont représentés, ou qui se représentent eux-mêmes, comme distincts des valeurs sociales normatives dominantes, à travers leurs pratiques et leurs intérêts particuliers, à travers ce qu'ils sont, ce qu'ils font et où ils le font »⁶⁸. A l'origine, le rock et le rap sont nés de cette ambition, créer une musique par les jeunes pour les jeunes, avec une volonté revendicatrice. Au fil du temps, ces deux courants musicaux sont devenus de plus en plus écoutés, aussi bien en variété de styles qu'en volume, s'intégrant alors directement à la culture *mainstream*, ce qui a permis la circulation médiatique des différentes icônes de chaque genre musical.

⁶⁴ Buxton, D. (1985). Le rock, star système et société de consommation. Dans HAL (*Le Centre pour la Communication Scientifique Directe*). French National Centre for Scientific Research. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01913719>

⁶⁵ Escande-Gauquie, P. (2023). *Sémiologie du cinéma - La voiture dans le cinéma* [PDF].

⁶⁶ Djavadzadeh, K. & Raboud, P. (2016). Introduction - Le populaire est-il soluble dans les industries culturelles : Courants dominants et contraires des cultures populaires. *Raisons politiques*, 62, 5-20. <https://doi-org.accesdistant.sorbonne-universite.fr/10.3917/rai.062.0005>

⁶⁷ Comicalités. (2014). Les dynamiques hégémoniques dans la culture populaire. *Le carnet de Comicalités*. <https://graphique.hypotheses.org/199>

⁶⁸ Gelder, K. (2005). *The Subcultures Reader*. Psychology Press.

Le rock émergea aux yeux du grand public grâce au film *Graine de violence* sorti en 1954, dans lequel figure *Rock around the clock*, un morceau interprété par Bill Haley & The Comets, le premier du genre à être écrit par un Blanc. En effet, les premières chansons de rock sont celles d'artistes Noirs comme Little Richard. Mais dans une Amérique fracturée par des lois ségrégationnistes, l'idée que de jeunes Blancs issus de la classe moyenne puissent écouter et danser sur de la musique faite ou inspirée par celle des Noirs pose problème. « Les adultes voient dans le rock'n'roll (...) une attaque envers les familles blanches des classes moyennes »⁶⁹. Outre-Atlantique, au Royaume-Uni, le rock sera quelques années plus tard la musique des classes ouvrières. Pour que le rock'n'roll plaise à un plus large public, l'industrie musicale américaine révèle des artistes blancs qui paraissent plus conventionnels et rassurent les adultes : Bill Haley, Buddy Holly, par exemple, mais surtout Elvis Presley, qui incarne tout de même la figure du *rebelle*, entièrement façonnée par l'industrie du spectacle. Si l'on devait définir la figure du *rebelle* dans la culture populaire, il s'agit d'un personnage ou groupe qui défie l'autorité et s'oppose au système établi. Le rebelle est souvent non conformiste, indépendant et cherche la liberté ou la justice. « Exploités jusqu'à l'écœurement par la publicité et l'industrie du spectacle, Dean, Brando et Presley sont alors transformés en mythes inoffensifs ». Avec ce genre d'artistes, « la jeunesse adopte le rock'n'roll' de manière assez ludique pour accompagner ses loisirs »⁷⁰. A cette époque, le rock est une musique faite par les jeunes pour les jeunes. Les années 50 et 60 seront d'ailleurs *l'âge d'or* de cette jeunesse⁷¹. *L'âge d'or* désigne « la rencontre d'une technologie, d'une pratique, d'une pensée innovatrice et pionnière se distinguant entre un avant et un après en raison de ses qualités narratives esthétiques ou technologiques, mais aussi du fait de son succès économique »⁷². C'est une valorisation symbolique d'une époque, une rupture avec l'époque précédente. Si l'on perçoit un âge d'or de la jeunesse à ce moment-là, c'est parce que « la jeunesse occidentale se met à exister en tant que telle, elle s'autonomise, commence à prendre ses aises »⁷³. Elle se détache peu à peu de certaines institutions comme l'Eglise ou la famille et fait ses propres choix de consommation, en fonction de ses goûts. En 1966, la jeunesse sera élue « personnalité de

⁶⁹ Hebey, J., Eclimont, C. (2018). *Le grand livre du pop !*

⁷⁰ Chastagner, C. (2011). *De la culture rock*. <https://doi.org/10.3917/puf.chast.2011.01>

⁷¹ Ibid

⁷² Fantin, E. & Le Hégarat, T. (2016). *L'Âge d'or*. *Le Temps des médias*, 27, 5-15. <https://doi.org/10.3917/tdm.027.0005>

⁷³ Chastagner, C. (2011). *De la culture rock*. <https://doi.org/10.3917/puf.chast.2011.01>

l'année » par le classement du magazine américain Times, notamment pour son « questionnement des traditions »⁷⁴.

Dans les années 60, plusieurs groupes, venus d'Angleterre, viennent incarner cette jeunesse et la fraîcheur qui va avec. Avec la *British Invasion* et des groupes comme les Beatles ou les Stones, le rock devient de plus en plus écouté et donc populaire, avec des *stars* globales. En 1963 en Angleterre, la *Beatlemania* naît. Grâce à une exposition médiatique forte, la sortie rapprochée de plusieurs disques, l'organisation de tournées nationales et l'élargissement géographique de leur fanbase⁷⁵, les Beatles réussissent à conquérir leur pays natal et créent l'un des premiers phénomènes de fandom de masse, la *Beatlemania*. Un an plus tard, ils arrivent aux Etats-Unis et interprètent *I want to hold your hand* sur le Ed Sullivan Show, une émission télévisée qui rassembla ce jour-là plus de 73 millions de spectateurs⁷⁶. La même année sort le film sur le groupe *Quatre garçons dans le vent*, et les Beatles partent en tournée à travers le pays. La *Beatlemania* s'est exportée aux Etats-Unis. Quelques années plus tard, alors que le succès des Beatles ne fait que grandir et qu'ils atteignent le statut de *popstars*, les jeunes se tournent vers des groupes plus rebelles, mais toujours anglais : les Rolling Stones, les Who⁷⁷... On qualifie alors cette période de *British invasion*, qui est un moment charnière pour le rock et sa popularité. C'est au même moment que le *rock'n'roll* laisse place au *rock*. Ce terme permet de qualifier la diversité des sous-genres du rock, mais aussi de « mieux refléter les bouleversements dont la musique se fait l'écho et qu'elle contribue à mettre en place »⁷⁸. Effectivement, cette musique s'inscrit dans un contexte de montée des revendications chez les jeunes : soutien au Black Power, influence maoïste, contestation de la guerre du Vietnam... Dans les années 70, d'autres moyens permettent au rock de devenir une musique *mainstream* : d'abord, les festivals musicaux se développent, de Woodstock aux Etats-Unis en 1969 à Glastonbury en Angleterre dès 1971. De plus, des évolutions technologiques comme l'électrophone, le transistor et la cassette permettent aux auditeurs d'écouter la musique qu'ils ont choisi en voiture⁷⁹. C'est à cette même époque que le rock semble se standardiser, comme le souligne un article d'Howard Hampton dans le New York Times : «ce changement n'est nulle

⁷⁴ Slate.fr. (2010, 16 décembre). Les 84 dernières personnalités de l'année de Time | Slate.fr. *Slate.fr*. <https://www.slate.fr/lien/31649/84-personnalites-annee-time-hitler-laval>

⁷⁵ Lemonnier, B. (1995). *L'Angleterre des Beatles : une histoire culturelle des années soixante*.

⁷⁶ Inglis, I., & Wilkins, C. (2016). L'histoire, l'endroit et le moment : le déclenchement de la British invasion. *Volume !*, 12 : 2, 87-107. <https://doi.org/10.4000/volume.4842>

⁷⁷ Lemonnier, B. (1995). *L'Angleterre des Beatles : une histoire culturelle des années soixante*.

⁷⁸ Chastagner, C. (2011). *De la culture rock*. <https://doi.org/10.3917/puf.chast.2011.01>

⁷⁹ Mullen, J. (2017). UK popular music and society in the 1970s. *Revue française de civilisation britannique*, 22(hors-série). <https://doi.org/10.4000/rfcb.1695>

part plus évident qu'à la radio. Là, les playlists se sont réduites, l'esthétique du rock 'n' roll s'est codifiée". De nouveaux sous-genres se créent alors : le *glam rock*, le *punk* - plus contestataire -, le hard rock, le rock progressif⁸⁰...

En 1973, dans les ghettos de New York, de jeunes afro-américains donnent naissance au rap. C'est un style de musique "fondé sur la récitation chantée de textes parfois révoltés et radicaux, scandés sur un rythme répétitif et sur une trame musicale composite"⁸¹. Il trouve ses origines dans la culture afro-américaine - notamment jamaïcaine - des années 1970, qu'on appelle communément le hip-hop, qui réunit plusieurs disciplines : le rap, le graffiti, le breakdance, le DJing. Des pionniers tels que DJ Kool Herc, GrandMaster Flash et Afrika Bambaataa ont organisé des soirées pour les jeunes dans le Bronx, rassemblant tous les pratiquants de ces différentes disciplines. Les MCs, ou maîtres de cérémonie, déclamaient des textes sur les rythmes de la musique. À l'origine, ces productions étaient destinées à des contextes "amateurs", diffusées lors de soirées et échangées discrètement sur cassette. Cependant, avec le temps, elles ont gagné en popularité et ont attiré l'attention de l'industrie musicale. Sylvia Robinson, chanteuse soul et gérante du label All Platinum Records, a découvert le potentiel du rap lors d'une soirée à New York, ce qui a conduit à la création du label Sugar Hill Records et à la diffusion des premiers morceaux de rap à la radio, tels que *Rapper's Delight* ou *The Message*⁸². En 1986, Run DMC devient le premier groupe de rap à signer un deal avec une marque internationale, en l'occurrence Adidas⁸³. Les années s'écoulant, le rap évolue, passant d'un aspect festif à un moyen de dénoncer les inégalités sociales et les discriminations raciales aux États-Unis. Selon Tricia Rose, dans son ouvrage *Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America*, le rap émerge comme une forme d'expression artistique qui donne une voix aux jeunes issus des communautés marginalisées. Il est ancré dans les traditions orales africaines et se nourrit des rituels de la poésie parlée et des toasts jamaïcains⁸⁴. En outre, Murray Forman, dans *The 'Hood Comes First: Race, Space, and*

⁸⁰ Rock | Definition, History, Artists, Songs, & Facts. (1999, 26 octobre). Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/art/rock-music/Challenges-to-mainstream-rock>

⁸¹ Akbarali, H. Emeriaud, E. Sarriaud, E. Thiry, M (2021). *La construction d'une mythologie contemporaine de la rue à travers l'esthétique musico-visuelle des clips de PNL* [Mémoire non publié].

⁸² Spiller, S. C. (2019, 6 août). *Pionnières : Sylvie Robinson, la mère du hip-hop*. [Podcast]. Nova. <https://www.nova.fr/podcast/pionnieres/sylvia-robinson-la-mere-du-hip-hop>

⁸³ So, D. (2020). How Hip-Hop's first endorsement deal turned rappers into businesses. *Highsnobiety*. <https://www.highsnobiety.com/p/hip-hop-endorsement-deals/>

⁸⁴ Baker, H. A., & Rose, T. (1995). Black Noise : rap music and Black culture in contemporary America. *African American Review*, 29(4), 671. <https://doi.org/10.2307/3042161>

Place in Rap and Hip-Hop, souligne que le rap est une manifestation de l'expression culturelle des jeunes des quartiers défavorisés, où la poésie lyrique et la performance rythmique sont utilisées pour articuler leurs réalités sociales et politiques. Ainsi, le rap est intrinsèquement lié aux expériences et aux luttes des communautés afro-américaines, devenant un moyen de revendication et de résistance contre les injustices systémiques⁸⁵. En effet, les années 1980 voient l'émergence de groupes tels que Public Enemy, qui ont adopté une approche militante dans leurs textes⁸⁶.

Les années 1990 marquent l'essor de sous-genres comme le *gangsta rap* sur la côte Ouest, tandis que le rap se répand dans tout le pays, touchant même les classes moyennes blanches qui étaient initialement éloignées des réalités des ghettos urbains. Le *gangsta rap* aborde à cette époque principalement la vie de jeunes afro-américains grandissant dans des ghettos et étant exposés au trafic de drogue, aux guerres de gang. Les maisons de disques saisissent cette opportunité en s'impliquant dans l'industrie du rap, avec la création de labels emblématiques tels que Def Jam⁸⁷. Par la suite, les Etats-Unis voient émerger de nouvelles scènes musicales, ce qui a permis de varier les sous-genres de rap. Dans les années 2000 et 2010, Atlanta donne naissance à la *Trap*. La *Trap* est un sous-genre du rap, aux "beats très lents, basses ultra-lourdes et cymbales en mode mitraillettes"⁸⁸, prenant racines dans les *trap houses*, des squats dédiés à la production et au trafic de crack, et retranscrivant l'ambiance du *Dirty South*. Elle est devenue, au cours des années 2010, le nouveau genre dominant du rap dans le monde. S'en suivent l'émergence d'autres courants comme la *Drill* à Chicago, la *Jersey club* dans le New Jersey... De nouvelles sonorités qui trouvent résonance sur les réseaux sociaux et deviennent des courants musicaux globaux. C'est ainsi qu'en 2017 aux Etats-Unis, le hip-hop détrône pour la première fois le rock, et devient le genre musical le plus populaire du pays⁸⁹. En 2021, les revenus générés par le hip-hop s'élèvent à 2.7 milliards de dollars contre 2.3 en 2020⁹⁰.

⁸⁵ Forman, M. (2002). *The 'Hood comes first : race, space, and place in rap and Hip-Hop*. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BA58587394>

⁸⁶ Universalis, E. (s. d.). *PUBLIC ENEMY - Encyclopædia universalis*. Universalis. <https://www.universalis.fr/encyclopedie/public-enemy/>

⁸⁷ *Hip Hop Core - article : Emergence, evolution et histoire du rap*. (2001). <http://www.hiphopcore.net/articles/50-article-%20emergence-evolution-et-histoire-du-rap.html>

⁸⁸ Trax (2019, 9 octobre). Pourquoi la TRAP s' appelle la TRAP ? *Trax Magazine*. <https://www.traxmag.com/pourquoi-la-trap-sappelle-la-trap/>

⁸⁹ Lynch, J. (2018, 4 janvier). For the first time in history, hip-hop has surpassed rock to become the most popular music genre, according to Nielsen. *Business Insider*. <https://www.businessinsider.com/hip-hop-passes-rock-most-popular-music-genre-nielsen-2018-1?r=US&IR=T>

⁹⁰ Dredge, S. (2023). Trapital report explores why hip-hop's market share is declining. *Music Ally*. <https://musically.com/2022/11/01/trapital-report-explores-why-hip-hops-market-share-is-declining/>

L'évolution constante des nouvelles technologies a permis aux deux genres musicaux de trouver leur public dans un espace médiatique grandissant et de devenir *mainstream*. Dans les années 80, ces musiques populaires trouvent de nouveaux moyens de toucher un large public jeune : MTV. MTV est une chaîne télévisée américaine qui diffuse des clips musicaux, mais aussi diverses émissions à destination de la jeunesse. D'abord orientée vers la musique rock, la chaîne s'est progressivement diversifiée et a favorisé l'émergence de certains genres musicaux dans les années 90, comme le rap ou le *grunge*⁹¹, sous-genre de rock dont le fer de lance était Nirvana. Les années passent et les nouvelles technologies viennent modifier les habitudes de consommation musicale, rendant ce produit culturel accessible à tous. Au début des années 2000, le disque connaît une crise sans précédent liée à l'apparition du *peer to peer*, c'est-à-dire l'échange illégal de musique entre utilisateurs d'internet⁹². Des acteurs comme Apple tentent d'endiguer ce phénomène en créant iTunes, une plateforme légale de téléchargement musical légale. En parallèle, le réseau social MySpace puis la plateforme YouTube deviennent des lieux d'échange pour les fans de musique, qui interagissent entre eux et créent des communautés liées à leurs centres d'intérêt⁹³. C'est l'apparition des plateformes de streaming - aussi appelées DSP - comme Deezer et Spotify qui va venir stabiliser le modèle économique de la musique que l'on connaît aujourd'hui. Une plateforme de streaming est une plateforme sur laquelle les utilisateurs peuvent écouter, de manière plus ou moins illimitée selon leur type d'abonnement, un large catalogue d'artistes musicaux. Selon un rapport de l'IFPI, les DSP comptent aujourd'hui 589 millions de comptes payants à travers le monde⁹⁴. Ainsi, créer et diffuser sa propre musique n'a jamais été aussi simple. Nick Holmsten, ancien Vice-Président de Spotify, explique : "Il n'y a pas de barrières (...) Avant, il fallait faire partie d'un groupe, savoir jouer de la guitare. Aujourd'hui, il suffit d'un peu d'intelligence technologique pour faire de la musique et d'un smartphone pour la trouver"⁹⁵. Ainsi, de nombreux artistes vont pouvoir se lancer et commencer à créer et diffuser leur musique très simplement, tandis que les auditeurs pourront y accéder très simplement. Dans le cas du rap, la plateforme Soundcloud est devenue une vraie porte d'entrée pour démarrer une carrière et se faire repérer.

⁹¹ Behr, A. (s. d.). 40 years of MTV : the channel that shaped popular culture as we know it. The Conversation. <https://theconversation.com/40-years-of-mtv-the-channel-that-shaped-popular-culture-as-we-know-it-165365>

⁹² Joux, A. (2020). Le streaming musical, un révélateur des enjeux de la diversité culturelle. *Hermès, La Revue*, 86, 275-282. <https://doi-org.accesdistant.sorbonne-universite.fr/10.3917/herm.086.0275>

⁹³ *Rock | Definition, History, Artists, Songs, & Facts*. (1999, octobre 26). Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/art/rock-music/Rock-as-a-reflection-of-social-and-cultural-change>

⁹⁴ IFPI. (2023). *GLOBAL MUSIC REPORT 2023*. <https://globalmusicreport.ifpi.org/>

⁹⁵ Bruner, R. (2018, 25 janvier). How rap became the sound of the mainstream. *Time*. <https://time.com/5118041/rap-music-mainstream/>

En 2023, aux Etats-Unis, le rap et le rock occupent les deux premières places du podium des genres musicaux les plus écoutés, avec 26,8% de parts de marché pour le rap, contre 20% pour le rock⁹⁶. Selon Quavo, membre de l'éminent groupe Migos, c'est parce que le rap "a pris le dessus lentement mais sûrement. Nous influençons une toute nouvelle vague, un tout nouveau style, un tout nouveau courant musical"⁹⁷. Si l'influence du rap se mesure dans les classements musicaux et lors des récompenses comme les Grammys, elle se mesure également dans la *pop culture*, et plus particulièrement un secteur comme la mode, comme nous avons pu le voir précédemment. S'ils étaient à l'origine des genres musicaux marginalisés, créés par des jeunes en réaction à une société qu'ils jugeaient rétrograde et/ou inégalitaire, le rap et le rock sont progressivement devenus *mainstream*, c'est-à-dire écoutés par un large public. Les personnalités qui incarnent ces mouvements, comme les *rock stars*, ont pu exister et existent dans l'espace médiatique justement grâce à la *mainstreamisation* de leur genre musical. Les représentations que le public se fait des *rock stars* sont issues des médias de masse, des réseaux sociaux ou des plateformes de streaming. Qu'elles soient véhiculées ou non par l'artiste lui-même, l'accès facilité à la musique et aux images a permis d'inscrire les *rock stars* dans la culture populaire en même temps que leurs genres musicaux.

B. La *rock star* : un type d'artiste que l'on retrouve dans tous les genres musicaux car il plaît à des fans qui raisonnent plus en termes d'esthétique que de musique

Précédemment, nous avons vu que les attributs de *rock stars*, originellement adoptés par des artistes rock, s'étendaient aux artistes rap d'aujourd'hui. Si l'artiste véhicule ces codes visuels et culturels lors de ses apparitions publiques et prises de parole, le mélange des genres est aussi permis par le public et les fans. Ce sont eux qui, en écoutant l'artiste, valident sa musique et son personnage. Or, avec une pluralité de facteurs comme l'évolution des normes sociétales, le développement des plateformes de streaming musical et l'avènement des réseaux sociaux, le rapport de l'auditeur à la musique et aux artistes a changé. D'abord, surtout chez les jeunes, le rapport à l'identité individuelle, et aux marqueurs qui la composent, est différent. L'identité est "la définition de soi par les autres et des autres par soi-même, c'est-à-dire qu'il

⁹⁶ Dredge, S. (2023). Luminare says music streaming consumption grew by 25.6 % in 2022. *Music Ally*. <https://musically.com/2023/01/12/luminare-says-music-streaming-consumption-grew-by-25-6-in-2022/>

⁹⁷ Bruner, R. (2018, 25 janvier). How rap became the sound of the mainstream. *Time*. <https://time.com/5118041/rap-music-mainstream/>

s'agit de découvrir qui on est pour soi-même et pour les autres, et qui sont les autres pour soi”⁹⁸. Selon une étude du média et cabinet de tendances Vice, seulement 22% de la *Génération Z* - les jeunes nés entre 1997 et 2010 - utilise des termes comme “femme”, “queer” ou “multiracial” pour se décrire, tandis que 48% d’entre eux pensent que des éléments comme les hobbies jouent un plus grand rôle dans la définition de qui ils sont. En effet, l’étude explique : “la GenZ n'explore pas seulement de nouvelles représentations identitaires, elle jouit également de la liberté individuelle de pouvoir passer d'un personnage à l'autre, d'un goût à l'autre, d'un centre d'intérêt à l'autre, d'un style à l'autre”⁹⁹.

Naturellement, ce besoin et cette volonté de ne pas être assigné à une case et d’avoir beaucoup de choix se retrouve dans la consommation de musique. « La Gen Z se débarrasse des frontières musicales et se tourne, à la place, vers des sons plus fluides, de plus en plus difficiles à catégoriser »¹⁰⁰. Selon une étude du groupe média Sweet High, 97% des femmes de la *Génération Z* écoutent au moins cinq genres musicaux différents¹⁰¹. En effet, selon Holmsten, "aujourd'hui, plus aucune personne de moins de 25 ans ne considère la musique du point de vue du genre (...) Les gens sont beaucoup plus audacieux dans leur écoute.”¹⁰² Le cabinet de recherche GWI explique également dans son dernier rapport sur les tendances musicales¹⁰³ que les auditeurs, partout dans le monde, sont friands de musiques venant de pays différents du leur - 4 auditeurs sur 10 aiment écouter de la musique issue de plusieurs pays - et d’époques différentes. Pour la Gen Z, les émotions prennent aussi une place importante dans leurs choix de consommation musicale : 54% d’entre eux déclarent écouter de la musique pour améliorer leur humeur.¹⁰⁴ Ce à quoi les plateformes de streaming musicales comme Spotify s’adaptent en créant des playlists adaptées à chaque humeur, chaque émotion. Le rapport de GWI souligne également que la GenZ ne va pas s’intéresser à un genre simplement parce qu’il est populaire. Au contraire, le plaisir réside dans le processus de découverte de nouvelles musiques, de nouveaux artistes ou de nouveaux groupes, avant qu'ils ne deviennent populaires. C’est ce que semble confirmer Arnaud Collet : “la notion de “chapelle”, n'est plus aussi

⁹⁸ Fischer, G. (2020). Chapitre 7. L’identité sociale. Dans : , G. Fischer, *Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale* (pp. 237-266). Paris: Dunod. <https://doi.org/10.3917/dunod.fisch.2020.01.0237>

⁹⁹ Vice. (2023). *The Vice Guide to Culture*. <https://www.vicemediagroup.com/insights/>

¹⁰⁰ Sony Music x Usbek & Rica. (2022). What are we going to do with all this future?

¹⁰¹ Evershed, M. (2019, 26 avril). les genres musicaux sont morts, la génération z les a tués. *Vice*. <https://www.vice.com/fr/article/597z88/les-genres-musicaux-sont-morts-la-generation-z-les-a-tues>

¹⁰² Bruner, R. (2018b, janvier 25). How rap became the sound of the mainstream. *Time*. <https://time.com/5118041/rap-music-mainstream/>

¹⁰³ GWI. (2022). *Tuning into the latest music trends*. https://blog.gwi.com/?_ga=2.54168040.198778425.1692614265-2016273850.1688388445

¹⁰⁴ Ibid.

récurrente qu'avant. J'ai vraiment la sensation que les fans écoutent de tout. Ça c'est dû aux réseaux sociaux, puisque en soi, on a accès à beaucoup plus de musique. Donc, culturellement, l'auditeur peut être plus éveillé. Il y a forcément d'autres choses qui peuvent l'intéresser, et c'est ce qu'ont apporté les réseaux sociaux. La notion de chapelle qui existait dans le rock dans les années 70 a été un peu cassée." Concrètement, ce phénomène se traduit par des succès musicaux planétaires, dont la musique combine des genres musicaux très différents, parfois opposés. En 2019, le rappeur Lil Nas X crée la surprise et s'impose au sommet des charts avec *Old Town Road*, un titre mixant *trap* et *country*, le premier du genre porté par un artiste hip-hop. Trois ans plus tard, l'artiste américain Steve Lacy, avec son album *Gemini Rights*, marque un record dans l'histoire de Billboard, les célèbres classements musicaux américains. Son single *Bad Habit* est le premier de l'histoire à être simultanément au top des classements "Hot R&B / Hip-Hop songs", "Hot R&B Songs", "Hot Rock & Alternative Songs" et "Alternative Songs"¹⁰⁵. Steve Lacy a réussi, avec un seul morceau, à intégrer trois classements de trois genres musicaux différents, ce qui a pu plaire à des auditeurs qu'on pense au départ très différents.

Comme pour les genres musicaux, « une personne aura tendance à s'identifier à plusieurs *esthétiques*. Ce n'est pas une boîte dans laquelle elle s'enferme, mais une sorte de prolongement de sa personnalité »¹⁰⁶ explique Sean Strife, l'un des fondateurs de la plateforme Wiki Aesthetics, qui répertorie un large éventail des *esthétiques* existantes sur internet. Si l'esthétique est à l'origine ce "qui est motivé par la perception et la sensation du beau"¹⁰⁷, nous parlons ici d'*esthétiques* au pluriel, une notion qui s'est développée avec les réseaux sociaux. Les *esthétiques*, aussi écrites *aesthetics* sur internet, sont des "sous-cultures avec des codes visuels marqués, qui s'expriment aussi bien en ligne qu'IRL"¹⁰⁸ - dans la vraie vie. Les *esthétiques* peuvent aussi être liées à des genres musicaux. Chaque *esthétique* porte un nom permettant de la décrire : #y2k pour tout ce qui se rapporte aux années 2000, #cottagecore pour une version romantique de la campagne ou #cyberpunk pour les images de futurs dystopiques... Sur les réseaux sociaux, ces *esthétiques* se retrouvent sous la forme de hashtags, sous lesquels s'agrègent tous les posts dédiés à celle-ci, qu'il s'agisse de photos, de vidéos, de

¹⁰⁵ Rutherford, K. (2022, 6 septembre). Steve Lacy's 'Bad Habit' Is First Hit to Crown Hot R&B/Hip-Hop Songs and Hot Rock & Alternative Songs Charts. *Billboard*. <https://www.billboard.com/music/chart-beat/steve-lacy-bad-habit-tops-rb-hip-hop-songs-alternative-1235135263/>

¹⁰⁶ Dussert, M. (2022). « ; VaporWave ; » , « ; Weirdcore ; » ... plongée dans Aesthetics Wiki, cette « ; bible ; » des esthétiques d'Internet. *L'ADN*. <https://www.ladn.eu/mondes-creatifs/tendance-web-aesthetics-wiki-encyclopedie-esthetiques-internet/>

¹⁰⁷ *ESTHÉTIQUE : définition de ESTHÉTIQUE*. (s. d.). <https://www.cnrtl.fr/definition/esth%C3%A9tique>

¹⁰⁸ Sony Music, Usbek & Rica. (2022). *What are we going to do with all this future?*

musique... Ces *esthétiques* dépassent leur simple caractère visuel avec les réseaux sociaux, dans la mesure où elles ont le pouvoir de créer des “communautés affinitaires et renforcent leur construction identitaire, tout en étant parfois associées à des productions musicales, audiovisuelles ou graphiques”¹⁰⁹. En effet, ces communautés vont se construire en ligne autour d’un point d’intérêt commun et discuter de celui-ci, partager différents médias qui lui sont liés. Si l’on prend l’exemple du courant musical *grunge*, dont le groupe Nirvana - que nous avons étudié dans notre corpus - était le précurseur, celui-ci convoque tout une esthétique précise. Wiki Aesthetics, la bible des esthétiques en ligne, définit le *grunge* comme un mouvement “contre-culturel et anticonsumériste et un genre musical qui définissait la génération X”¹¹⁰. Aujourd’hui, elle se manifeste sur les réseaux sociaux par des images “sales”, liées à la dépression, ou des images de cigarettes, de vinyles... En termes de vêtements, l’esthétique *grunge* est assez décontractée, avec des vêtements larges et typiques comme les chemises à carreaux en flanel, les chaussures Converse, les jeans déchirés... Dans certains cas, certaines esthétiques se mêlent à d’autres, qui n’avaient pourtant pas vocation à se rencontrer à l’origine. Par exemple l’esthétique *emo*, désignant à la base une esthétique liée à l’expression des émotions dans les musiques *punk*, qui a migré sur le rap, donnant ainsi naissance à l’*emo rap*, un sous-genre dans lequel l’expression des émotions - notamment négatives - est l’un des fondements. Aujourd’hui, les personnes faisant partie de la communauté *emo* peuvent apprécier autant des artistes *punk* que des artistes rap comme Lil Peep ou *xxxtentacion*, dont la particularité est d’aborder leurs sentiments de tristesse en musique. Ainsi, lorsqu’on parle d’esthétique, c’est un ensemble d’images, de musique, de contenus médiatiques et de marques qui se regroupent pour la former, en partant à la base d’un courant musical.

Si la musique constitue le socle de ce pourquoi les fans d’un artiste l’apprécie, d’autres éléments sont essentiels et favorisent la création d’une communauté de fans, comme le souligne Judith Amsellem : “quand tu aimes un artiste, tu ne l’aimes pas que pour sa musique (...) tu aimes un artiste aussi pour ce qu’il dit, ce à quoi il ressemble, comment il s’habille, ses goûts, sa manière de vivre etc.” Pour elle, les réseaux sociaux ont exacerbé ce phénomène dans la mesure où les auditeurs ont accès à encore plus d’informations qu’auparavant, bien que les fans aient toujours opéré des mécanismes de recherche d’informations sur leurs artistes favoris, par d’autres médias - presse, télévision, concerts etc. “Et le fait d’avoir accès à tous et à toutes ces

¹⁰⁹ Ibid

¹¹⁰ *Grunge* | *Aesthetics Wiki* | *Fandom*. (s. d.). Aesthetics Wiki. <https://aesthetics.fandom.com/wiki/Grunge>

informations change un peu ton prisme, ton rapport aux artistes. Tu as envie d'écouter des gens qui te ressemblent. Si je prends l'exemple de tous les artistes qui sont très engagés sur la cause LGBT : ce sont des artistes de plusieurs horizons musicaux différents, mais potentiellement des auditeurs peuvent les aimer parce qu'il y a ce thème sous-jacent, qui va leur faire découvrir de nouveaux artistes, qui vont créer une scène. Avant on parlait des scènes artistiques, ça existe toujours, mais j'ai l'impression qu'elles sont plus par esthétique maintenant que par genre musical". Au-delà de la musique, c'est donc la promotion d'un mode de vie et d'un système de valeurs qui peut inciter les fans à suivre un artiste. La notion d'esthétique nous permet de mieux appréhender l'intérêt des fans pour certains artistes. La musique ne passe pas forcément au second plan dans leur choix d'écoute, mais accompagne l'ensemble de l'image créée et véhiculée par l'artiste, qui est susceptible de plaire à telle ou telle communauté d'auditeurs pour des raisons précises.

Ce premier axe de recherche nous a donc permis de comprendre que la notion de *rock star* était aujourd'hui indépendante de la musique produite par l'artiste. En effet, si la musique est essentielle dans le choix d'écoute d'un auditeur, d'autres éléments définissent l'artiste comme une *rock star* et sont susceptibles de captiver un potentiel auditeur ou fan. Nous avons vu que les rock stars n'étaient en effet pas de simples artistes, mais disposaient d'un charisme qui leur conférait une sorte de pouvoir d'attraction naturelle vers eux. De plus, l'aspect provoquant de leur personnalité, qui peut s'exprimer notamment par l'usage de drogues ou une pratique affirmée du sexe, participe à convoquer l'imaginaire du *rebelle*, Le *rebelle* est un mythe qui constitue l'industrie du cinéma depuis les années 50 et qui s'est déportée sur les rockeurs à partir des années 60. Cet esprit rebelle se traduit aussi par les tenues vestimentaires de rock stars, qui sont souvent symboliques de l'époque qu'ils traversent. Les rock stars ont le pouvoir d'influencer les modes vestimentaires. Tous ces éléments assemblés permettent de créer toute une esthétique autour de la rock star, qui plaît à des auditeurs très différents, peu importe leur genre musical favori. Enfin, la *rock star* dispose d'une notoriété globale dans la mesure où elle naît dans des genres musicaux désormais *mainstream*, donc écoutés par une large partie de la population. Nous pouvons donc affirmer que notre première hypothèse est bien correcte, le mythe de la rockstar dépasse les frontières des genres musicaux car il ne s'agit pas que de musique, mais de toute une esthétique : un ensemble de références visuelles et culturelles et des modes de vie.

I. Le concert : un médium permettant de créer, prouver et asseoir son image de *rock star* dans l’imaginaire collectif et l’esprit des fans

A. Les éléments-clés permettant de qualifier le concert d’un artiste de « concert de *rock star* »

Lorsque nous avons décidé de traiter du mythe de la *rock star*, l’un des médiums d’expression les plus intéressants à étudier selon nous était le concert, que nous appelons aussi performance ou prestation scénique dans ce travail de recherche. Comme le souligne Arnaud Collet, “même pour les jeunes aujourd’hui, l’image de *rock star* est toujours associée à la notion de concerts. C’est encore très présent, très ancré dans la culture. En rock, un groupe qui sera apprécié, c’est impensable qu’il soit mauvais en concert”. Pourquoi ? Car intrinsèquement, la *rock star* est affiliée à l’idée que l’on se fait du concert avec un C majuscule. Eugène Lledo explique que « le concert représente la matrice originelle du rock, un rite collectif, un grand moment de vertige »¹¹¹. En effet depuis les années 50 et le Moondog Coronation Ball, puis avec des festivals comme Woodstock, le rock s’est développé grâce aux concerts. Le rap, quant à lui, a débuté lors des *block parties* du Bronx, et s’est progressivement installé dans les festivals et les stades. A ce sujet, nous reviendrons en troisième partie sur l’évolution technique et économique de la structure des concerts. Avant l’avènement du digital et des réseaux sociaux, le concert était le deuxième moyen - après les disques - d’écouter un artiste. D’ailleurs, ces deux moyens d’écoute se complètent, puisque comme le souligne le musicologue Simon Frith, l’auditeur attend généralement que le “ concert en direct sonne encore mieux que le disque ”¹¹², qui donne lui-même déjà un aperçu de ce à quoi pourrait ressembler le concert. Jean-Michel Lucas quant à lui, estime qu’un “bon concert” est un “moment de référence unique, propre à générer les représentations mythiques et à produire l’imitation”¹¹³. La notion de concert réussi peut varier d’un spectateurs à l’autre, d’un professionnel de la musique à l’autre : un concert réussi peut être synonyme d’un concert qui rassemble un grand nombre de personnes et qui engendre ainsi de fortes retombées économiques. Il peut s’agir d’un concert lors duquel l’artiste se transcende sur scène, délivrant ainsi une performance exceptionnelle. Enfin, il peut également s’agir d’un

¹¹¹ Ferrand, L. (2009). Comprendre les effervescences musicales. L'exemple des concerts de rock. *Sociétés*, 104, 27-37. <https://doi.org/acesdistant.sorbonne-universite.fr/10.3917/soc.104.0027>

¹¹² Frith, S., & Ribac, F. (2018). À propos du rock progressif : étiquetages, histoires, mise en spectacle et transformations du rock. *Volume !*, 15 : 1, 135-149. <https://doi.org/10.4000/volume.5891>

¹¹³ Ferrand, L. (2009). Comprendre les effervescences musicales. L'exemple des concerts de rock. *Sociétés*, 104, 27-37. <https://doi.org/acesdistant.sorbonne-universite.fr/10.3917/soc.104.0027>

concert lors duquel la relation entre le fan et l'artiste est à son summum, avec des interactions entre les deux parties. Ainsi, la réussite d'un concert peut être un critère pour définir ce qu'est un concert de *rock star*, et donc participer à la création du mythe de *rock star* autour d'un artiste. Mais comment se crée ce mythe de rock star par le biais du concert ? Il y a plusieurs éléments communs aux différents concerts que nous avons étudiés qui nous permettent de répondre à cette question.

Tout d'abord, il y a la question de la tenue vestimentaire que nous avons abordée dans notre première partie sur les attributs de la *rock star*. Elles sont essentielles à la construction du mythe de rock star en général, mais surtout sur scène, car c'est un moment où l'artiste a d'autant plus de visibilité puisque le public est concentré sur sa performance, et que de nombreuses images circulent sur les réseaux sociaux, comme nous le verrons dans notre partie sur la retransmission vidéo des concerts. En outre, les artistes rap comme rock sont très actifs sur scène. Ils peuvent par exemple danser. Mick Jagger n'a pas de chorégraphie précise qu'il reproduit à chaque concert mais s'attache toujours à danser¹¹⁴. A l'inverse, certains artistes ont des pas dits "iconiques", qui leur sont propres et souvent associés à une chanson. C'est le cas d'Elvis Presley, avec le *windmill* (moulin avec les bras) et le *rubber leg* (jambes qui frottent)¹¹⁵. L'artiste a d'ailleurs été surnommé *Elvis the pelvis* en référence à son mouvement de bassin. On aperçoit ces deux mouvements dans ses deux prestations du titre *Jailhouse Rock*, que ce soit lors de son concert à Tupalo en 1957 ou de sa prestation au studio de télévision NBC en 1968. Si la gestuelle d'Elvis est devenue incontournable grâce à la télévision, les artistes d'aujourd'hui rendent leurs chorégraphies virales sur les réseaux sociaux. C'est le cas de Lil Uzi vert, et du pas de danse associé à sa chanson *Just wanna rock*, que l'on aperçoit lors de sa prestation au festival Rolling Loud¹¹⁶. Dans une interview accordée au média HipHopDX, Lil Uzi Vert raconte la naissance de cette chorégraphie : "je viens de Philadelphie, ça s'appelle le *blicking*. Je ne l'ai même pas inventé. Ce sont tous les gamins de là-bas qui le font. À Jersey, on appelle ça *balancer les hanches*. Tous mes petits gars de Philadelphie m'ont appris à le faire et tout ça. Je voulais juste faire partie de la scène de Philadelphie parce que vous savez, c'est de là que je viens. Apportez-le au monde et le monde l'aimera"¹¹⁷. En effet, sur TikTok, ce titre

114 Voir annexe n°5

115 Voir annexe n°5

116 Voir annexe n°5

117 Saponara, M. (2023, 25 juillet). Lil Uzi Vert explains real 'Just Wanna Rock' dance origins. *HipHopDX*. <https://hiphopdx.com/news/lil-uzi-vert-just-wanna-rock-dance-origin>






compte aujourd’hui plus d’un million de créations, et le hashtag #justwannarock plus de 948 millions de vues à travers le monde. Dans toutes ces vidéos, les utilisateurs s’amusent à reproduire ce balancement de hanches, qu’on pourrait identifier comme une pratique moderne du balancement de hanches associé au rock’n’roll des années 50, d’où le genre musical tient d’ailleurs son nom. Lil Uzi Vert le reproduit à chaque concert au moment d’interpréter *Just wanna rock*. En faisant cela, pour reprendre les mots de Judith Amsallem, l’artiste “intègre les conversations en ligne” qui existent déjà autour de sa musique et de sa chorégraphie. En reprenant des codes partagés sur les réseaux sociaux pour les implémenter dans son show, l’artiste permet aux fans de “se sentir vus”, de se sentir “faire partie d’un mouvement”. En retour, ces séquences de concerts vont être à leur tour repartagées sur les réseaux sociaux par les fans et ainsi créer une boucle entre l’émetteur et le récepteur, amplifiant la notoriété de l’artiste et son influence dans les tendances du moment sur internet.

Les instruments de musique sont présents dans toutes les prestations de rock de notre corpus, de Nirvana aux Stones en passant par les Guns and Roses. Si ce n’est pas le chanteur principal qui en joue, c’est le groupe derrière. Cet élément est essentiel dans la mesure où le rock est né avec la notion de groupes pratiquant des instruments.



On retrouve la guitare dans certaines performances de rap : au festival Rolling Loud, Playboi Carti fait venir un guitariste le temps d’un morceau à la fin de son concert, comme une sorte d’apothéose, de point final à cette étrange prestation. Ici, les codes de la musique rock et du sous-genre *metal* sont exploités : ambiance sombre, solo de guitare électrique, visages des artistes quasiment masqués. Post Malone, lors de son concert à Sydney, utilise la guitare uniquement pour la casser lors de son morceau *Rockstar*. Puisque cette chanson précise évoque tous les aspects de la vie d’une *rock star*, notamment le côté provoquant, Post Malone se réapproprie un code typique des concerts, celui de briser les instruments. C’est un rituel que

l'on a vu chez Jimi Hendrix : lors de sa performance au Monterey Pop Festival, celui-ci asperge sa guitare d'essence, puis y met le feu. Il finit par fracasser sa guitare contre le sol. Ce rituel est devenu l'une des marques de fabrique de l'artiste, que l'on a ensuite associé à la *rock star*.

	 	 
<p>Playboi Carti : Rolling Loud, NYC, 2021- Playboi Carti fait intervenir un guitariste.</p>	<p>Post Malone : Sydney, 2023 - Post Malone brise sa guitare.</p>	

Lorsque Playboi Carti et Post Malone apportent un instrument sur scène à un moment de leur prestation, on comprend que c'est surtout dans le but de convoquer l'imaginaire autour de la *rock star* plutôt que pour le simple plaisir auditif ou visuel.

Dans la plupart des performances que nous avons analysées, nous avons pu remarquer que l'artiste par son attitude sur scène, et les fans présents dans la foule, opèrent une sorte de *catharsis*. En grec ancien, la catharsis désigne "la séparation du bon et du mauvais". Mis en lumière par le philosophe Aristote, on retrouve ce concept dans les pièces de théâtre de la Grèce Antique, puis du théâtre classique du XVIIe siècle, notamment dans les tragédies. Dans une pièce de théâtre, la *catharsis* est un moment de "purification de l'âme ou de purgation des passions du spectateur par la terreur et la pitié qu'il éprouve devant le spectacle d'une destinée tragique"¹¹⁸. Dans notre sujet, on peut voir les concerts comme des sortes de pièces de théâtre dans lesquelles la *catharsis prend* différentes formes : l'artiste peut pratiquer le *stage diving* - se jeter depuis la scène dans la foule -, crier, sauter, danser, casser des objets... Pour Claude

¹¹⁸ CATHARSIS : définition de CATHARSIS. (s. d.). <https://www.cnrtl.fr/definition/catharsis>

Chastagner, auteur de *De la culture rock*, le fait de crier, que l'on retrouve à l'origine beaucoup dans la culture des concerts de rock, est "l'expression d'un refus de la convention, du positionnement collectif" ¹¹⁹, une (ré)affirmation de l'importance et de la présence de l'artiste dans l'espace collectif. Cette manière de s'exprimer est, selon Neil Nehring, inhérente à de nombreux genres musicaux populaires, aussi bien le grunge ou le punk que le hip-hop. En effet, dans les différentes vidéos de concerts de rap que nous avons analysées, des artistes comme Playboi Carti ou Travis Scott crient régulièrement tout au long de leur performance. Somme toute, les concerts permettent d'avoir des comportements violents que les personnes n'ont pas forcément dans leur vie quotidienne. On peut également voir ce phénomène au prisme de la théorie de Jean-François Lyotard sur "l'excitation généralisée de la société". Selon cet auteur, nous assistons à une excitation généralisée de la société, au "besoin de vivre des sensations fortes pour évacuer les émotions dans la société de consommation" ¹²⁰. Pour évacuer les émotions des individus les composant, les sociétés ont besoin de ce qu'il appelle des "lieux de décharge". On peut donc voir les concerts, qui opèrent une mécanique cathartique par l'expression des passions de l'artiste et du public, comme des lieux de décharge. Lorsque l'artiste secoue violemment sa tête, crie ou se jette dans la foule, il décharge ses émotions. Lorsque les fans forment des pogos dans la foule pour se foncer dedans comme lors des concerts de Travis Scott ou ceux de Nirvana, ils déchargent aussi leurs émotions.



Tariq Cherif, cofondateur du festival Rolling Loud, souligne qu'aujourd'hui, on peut d'ailleurs trouver les *moshpits* "les plus fous" lors de concerts de rap, événements "remplis d'énergie" ¹²¹.

¹¹⁹ *De la culture rock*, Claude Chastagner

¹²⁰ Escande-Gauquie, P. (2023). *Sémiologie du cinéma - La voiture dans le cinéma* [PDF].

¹²¹ Brown, A. (2018, 13 janvier). Why hip-hop, once ostracized in clubs, is ruling the festival circuit - Los Angeles Times. *Los Angeles Times*. <https://www.latimes.com/entertainment/music/la-et-ms-hip-hop-festivals-rolling-loud-20171215-htmstory.html>

Laure Ferrand confirme cette idée lorsqu'elle affirme qu'un concert "est une expérience vécue qui fait intervenir affects et dépense physique. Pour les amateurs, le concert est un haut lieu sacré, un moment d'effervescence exceptionnel détaché de la vie quotidienne"¹²². On perçoit donc, avec la combinaison des différents éléments évoqués ici, ce que Simon Frith et François Ribac appellent la "spectacularisation" de la performance¹²³. Ils notent l'apparition de ce phénomène à partir de 1968, avec des groupes de rock comme les Who ou les Rolling Stones, qui prirent à ce moment conscience que les spectateurs attendaient d'eux des "spectacles exceptionnels", incluant une mise en scène, des jeux de lumière, des tenues remarquables... constitutifs de ce qu'Andy Battentier appelle un "script" préconçu, regroupant des éléments symboliques pour créer une cohérence sémantique capable de générer de l'émotion chez le public pendant et après la prestation. Ce script est utilisé par les acteurs spécialisés dans l'organisation d'événements culturels pour créer une "performance culturelle"¹²⁴. Pour Simon Frith, cela se voit aujourd'hui surtout lors des festivals, dans lesquels le public attend davantage une "performance sur scène" que de voir jouer l'artiste qu'il apprécie¹²⁵.

Pour être considéré comme un concert de *rock star*, l'artiste doit donc s'assurer de combiner plusieurs des éléments que nous avons cité précédemment pour convaincre le public : d'abord, son attitude sur scène. Elle peut être provocante, excitante. En tout cas, plutôt agitée. D'autres caractéristiques peuvent l'agrémenter, que ce soit les instruments, les pas de danse... Ce qui est certain, c'est que la rock star, pour être perçue par le public comme telle, doit fournir une prestation de l'ordre du spécial, de l'extraordinaire. Une fois de plus, ces caractéristiques sont observables aussi bien dans le rap que dans le rock.

¹²² Ferrand, L. (2009). Comprendre les effervescences musicales. L'exemple des concerts de rock. *Sociétés*, 104, 27-37. <https://doi.org/10.3917/soc.104.0027>

¹²³ Frith, S., & Ribac, F. (2018). À propos du rock progressif : étiquetages, histoires, mise en spectacle et transformations du rock. *Volume !*, 15 : 1, 135-149. <https://doi.org/10.4000/volume.5891>

¹²⁴ Battentier, A. (2021). Le genre musical comme prisme d'analyse de la distribution des responsabilités esthétiques d'une performance musicale. *Volume !*, 18 : 1, 19-36. <https://doi.org/10.4000/volume.8973>

¹²⁵ Frith, S. (2007). La musique live, ça compte. . . *Réseaux*, n° 141-142(2), 179. <https://doi.org/10.3917/res.141.0179>

B. Le concert : un lieu dans lequel les fans font communauté pour célébrer l'artiste et entrer en communication avec

Si nous avons abordé en première partie les ingrédients apportés par l'artiste permettant de fabriquer un concert dit “de *rock star*”, nous allons ici nous attacher à expliquer le rôle des spectateurs et fans dans ce processus. Suite à nos lectures, nous avons constaté que de nombreux auteurs considèrent le concert comme un travail collaboratif entre l'artiste et son public, dans lequel la relation émetteur - récepteur n'est pas verticale, mais une boucle : l'artiste s'alimente du comportement du public pour construire sa prestation. Selon un article d'Andy Battentier, il faut concevoir la pratique musicale comme “une construction collective où chaque acteur possède un rôle propre en vue d'obtenir un “rituel d'interaction réussi””¹²⁶. Laure Ferrand relève quant à elle dans un article sur les concerts de rock un élément central de ceux-ci, que l'on peut également appliquer à d'autres musiques populaires dans le cadre de notre sujet : l'*effervescence collective*. L'autrice, en s'inspirant des travaux du sociologue Emile Durkheim, définit l'*effervescence* en concert comme un état d'exaltation et de dépassement de soi, aussi bien physique - les corps peuvent être actifs voire malmenés lors de cet événement - qu'émotionnel - les concerts peuvent provoquer des émotions chez les individus. Les individus se sentent, dans ces moments-là, comme “élevés au-dessus de leur moi ordinaire”¹²⁷. Cet état, que l'on retrouve aussi bien dans le public que chez l'artiste, est permis grâce à la combinaison de plusieurs facteurs : le charisme de l'artiste, l'ambiance, la fusion du public, les émotions, les frontières, et le sacré. L'une des notions essentielles au cœur du concept d'*effervescence* est celle du collectif. En effet, c'est lors de ces événements, lieux de partage et d'échange, qu'un sentiment d'unité peut se créer au sein des fans, mais également entre les fans et l'artiste. Laure Ferrand explique que “le « concert réussi » est cette relation par laquelle le public répond à l'énergie déployée par l'artiste et sa musique. Réciproquement, l'artiste est porté par la voix unique du public qu'il a réussi à fédérer”¹²⁸. Pour l'autrice, l'*osmose* est l'une des conditions d'un concert réussi, une attente du spectateur, car elle renforce la communauté et la mémoire collective autour d'un artiste. L'artiste se profile ainsi comme un médiateur entre la musique et les fans, et devient leader de l'événement grâce à sa relation avec

¹²⁶ Battentier, A. (2021). Le genre musical comme prisme d'analyse de la distribution des responsabilités esthétiques d'une performance musicale. *Volume!*, 18 : 1, 19-36. <https://doi.org/10.4000/volume.8973>

¹²⁷ Moore, R. T. (2012). « Break on Through » : Contre-culture, musique et modernité dans les années 1960. *Volume!*, 9 : 1, 33-49. <https://doi.org/10.4000/volume.3022>

¹²⁸ Ferrand, L. (2009). Comprendre les effervescences musicales. L'exemple des concerts de rock. *Sociétés*, 104, 27-37. <https://doi-org.accesdistant.sorbonne-universite.fr/10.3917/soc.104.0027>

le public. C'est cette relation au public qui alimente en partie la mythologie autour de la *rock star*.

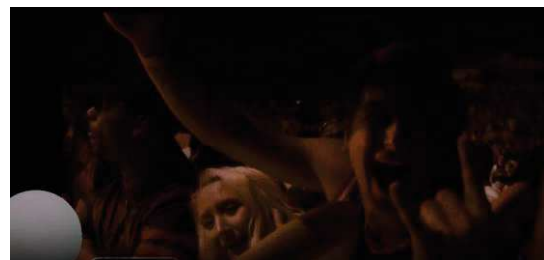
Cette pratique d'échange entre fans et artistes se traduit différemment selon les artistes de notre corpus, de manière plus ou moins distante, comme le souligne Judith Amsellem : "bizarrement, c'est très généreux une *rock star*. On pourrait se dire que la *rock star* est une icône qui est loin, qui fait son *show* et qu'on reçoit. Je trouve qu'il y a des artistes aujourd'hui qui arrivent à être des *rock stars* en étant dans une forme d'interaction". C'est le cas des concerts de Travis Scott, au cours desquels les fans montent sur scène à la demande de l'artiste : il fait souvent venir un spectateur ou une spectatrice avec lui, il leur offre un effet personnel, chante avec eux, les fait se jeter dans la foule. Dans l'un des extraits du documentaire *Look mom, I can fly*, Travis Scott est plusieurs fois en prise avec les services de sécurité, auxquels il interdit de blâmer les fans qui ne respectent pas les normes de sécurité. Il invite d'ailleurs un de ses fans à monter sur scène après un accrochage avec la sécurité, en disant que "personne n'a le droit de dire à un de ses fans quoi faire". Ensuite, ils montent à deux sur une barrière, commencent une chanson et au moment du refrain, Travis pousse son fan à se jeter dans la foule.



En faisant cela, il entretient un lien de proximité avec sa *fanbase*, malgré le statut spécial d'artiste qui lui est conféré. Il ne perd aucunement son aura, son charisme de *rock star*. A l'inverse, dans les prestations étudiées des Rolling Stones ou de Nirvana, bien que des fans tentent de monter ou montent sur scène, les artistes ne réagissent pas. Lors de leur prestation à Hyde Park en 1969, les Rolling Stones font l'objet de convoitises de fans qui aimeraient monter sur scène pour rejoindre Mick Jagger, accroupi au bord. Une spectatrice parvient à monter après avoir tenté de toucher les mains de l'artiste, mais elle se fait rapidement éjecter. Lors du concert de Nirvana à Amsterdam en 1991, un fan monte sur scène mais y reste très peu de temps : c'est

un prétexte pour pouvoir se jeter dans la foule depuis la scène. Entré dans une transe musicale, le groupe ne semble même pas le remarquer et l'événement devient anecdotique. Dans ces cas de figure, c'est justement le fait que les artistes n'aient pas interagi avec le fan qui renforce leur statut de *rock star*, icône de la musique intouchable. Il y a donc plusieurs manières d'être une rock star dans l'attitude adoptée lorsque l'artiste est sur scène : il peut aussi bien jouer la carte de la proximité que celle de l'indifférence, les deux étant compatibles avec le fait d'incarner une *rock star*.

Peu importe son style d'interaction avec le public, la *rock star* a quelque chose de religieux, d'iconique dans le personnage qu'elle incarne, comme nous le soulignons dans notre première partie sur les attributs de la *rock star*. Paul Fischer, universitaire au département musical de la Middle Tennessee State University, voit dans le concert une dimension spirituelle, et le définit comme un "rituel" pour les fans, dans la mesure où il est "susceptible de remplacer certaines fonctions de la religion organisée"¹²⁹. Il identifie trois phases de ce rituel. La première est celle de la "séparation", où les participants se déplacent vers le lieu de l'événement, et peuvent éventuellement prendre part à des activités préliminaires telles que la consommation de substances altérant la conscience. L'acte de franchir l'entrée de la salle ou du festival symbolise la séparation et l'entrée dans un espace sacré où va avoir lieu le rituel. La deuxième phase est centrée sur la performance musicale elle-même, où les artistes utilisent leur musique, leurs paroles, et le décor pour engager les fans dans leur entièreté : l'esprit, le corps et l'âme. Certains artistes agissent presque comme des "chamans", influençant les perspectives du public. On peut par exemple voir dans le concert de Guns and Roses, que les spectateurs reproduisent tous le même geste lors de l'extrait étudié, ils lèvent le poing frénétiquement puis font le signe des cornes, que l'on peut voir comme une référence au diable.



Les fans de Guns and Roses et de Travis Scott reproduisent des gestes à l'unisson, notamment les cornes.

¹²⁹ Fischer, P.D. (2021). What's So Funny 'bout Musical Idols? *Academia Letters*, Article 331. <https://doi.org/10.20935/AL331>.

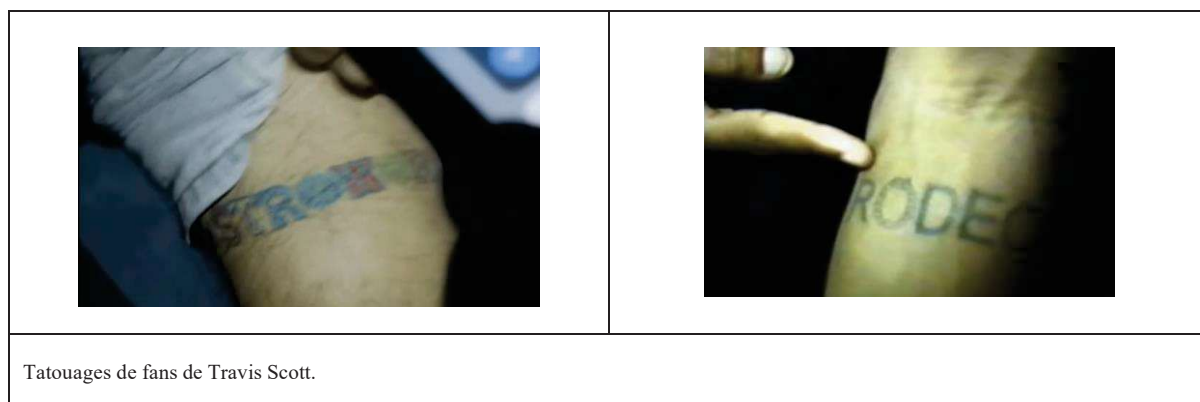
Ici, ces gestes constituent une part du rituel du concert, comme un geste sacré. La dernière phase du rituel religieux est celle de la “réintégration”, survient après le concert, lorsque les participants retournent à leurs vies quotidiennes, enrichis par l'expérience artistique qu'ils viennent de vivre. Les concerts sont ainsi considérés comme des rituels séculaires qui façonnent une culture commune, renforcent les liens sociaux entre auditeurs d'une même musique et fournissent des occasions d'exploration personnelle de ses émotions et de ses capacités physiques.

Dans cet aspect religieux du concert, la notion de groupe est également essentielle. Si nous nous sommes penchés sur la relation artiste / fans lors du concert, il faut souligner que les fans sont aussi présents pour interagir entre eux et “faire communauté”. Pour Judith Amsallem, les concerts d'artistes considérés comme des *rock stars* sont des concerts où “les gens se sentent faire partie d'un mouvement. Ils sentent qu'il y a l'artiste, mais qu'ils sont plusieurs, des milliers à vivre la même chose, et ça rend le phénomène encore plus fort. C'est ce qui fait aussi que les communautés de fans sont méga puissantes, que ce soit les Swifties - les fans de Taylor Swift -, les Behive - les fans de Beyoncé. C'est exactement ça. Les gens ont besoin de s'organiser, quitte parfois jusqu'à aller à se donner un nom, pour dire “je fais partie du même groupe””. En effet, le nom “représente le groupe, incarne le collectif, et l'image que celui-ci souhaite renvoyer. En tant qu'outil de communication, il porte avec lui un ensemble de significations qui renseignent autrui sur le groupe, à commencer par le fait qu'il existe”¹³⁰. En utilisant un nom pour se désigner, les fans peuvent faire la distinction entre les auditeurs qui sont fans et ceux qui ne le sont pas, et définissent ainsi les “contours d'un collectif”. Si l'on reprend la définition des fans de Jenkins, les fans sont certes des « consommateurs qui produisent, des lecteurs qui écrivent” mais aussi “des spectateurs qui participent »¹³¹. Car si les *fandoms* - les communautés de fans - naissent aujourd'hui souvent en ligne, elles se rassemblent aussi lors d'événements physiques comme les concerts et festivals - dans le cas de la musique. Pour prouver leur attachement à l'artiste et montrer leur appartenance à la communauté lors des concerts, les fans peuvent porter du merchandising - nous développerons ce point ultérieurement dans notre partie sur les logiques marchandes du concert - mais aussi présenter

¹³⁰ Peyron, D. (2017). *Pourquoi les communautés de fans ont-elles besoin de se donner un nom ?* La Revue Des Médias. <https://larevedesmedias.ina.fr/pourquoi-les-communautes-de-fans-ont-elles-besoin-de-se-donner-un-nom>

¹³¹ Bourdaa, M. (2019). Les fans, ces publics si spécifiques. Définition et méthodologie pour le chercheur. *Belphegor*. <https://doi.org/10.4000/belphegor.1701>

d'autres objets propres à l'univers de l'artiste. Dans le documentaire de Travis Scott, un fan s'est fait tatouer *Rodeo*, un autre *Astroworld*, une allusion à deux albums de l'artiste.



Ce type d'initiative est individuelle, mais se retrouve chez de nombreuses personnes dans le public, ce qui en fait une marque du collectif. En se rendant à un ou plusieurs concerts de leur artiste favori, les fans peuvent prouver leur engagement¹³² auprès de celui-ci, dans la mesure où ils ont acheté eux-mêmes leur place et fait le déplacement. Dans un article de Christian Le Bart sur les fans des Beatles, celui-ci explique que le fait d'assister à un concert est une pratique qui a de la valeur, et qu'il est l'occasion "d'affirmer une position supérieure dans un même monde"¹³³, ici le cercle du *fandom*.

Pour conclure sur cet aspect, nous pouvons dire qu'il s'établit dans les concerts un contrat implicite entre l'artiste et les spectateurs : l'un ne peut réussir son concert sans l'autre. Les deux parties interagissent en relation de codépendance. D'abord entre eux, les fans font communauté pour vivre le concert, le concert étant un moment-clé de ce qu'est être un fan. Ensuite, les fans envoient à l'artiste leur énergie, pour que l'artiste la convertisse et produise un show d'exception. En donnant aux spectateurs ce qu'ils attendent de lui sur scène, l'artiste perçoit l'effervescence de la foule et se sent d'autant plus motivé. Un concert de *rock star* est donc un concert où cette relation est exacerbée.

¹³² Frith, S. (2007). La musique live, ça compte. . . *Réseaux*, n° 141-142(2), 179. <https://doi.org/10.3917/res.141.0179>

¹³³ Le Bart, C. (2004). Stratégies identitaires de fans: L'optimum de différenciation. *Revue française de sociologie*, 45, 283-306. <https://doi.org/10.3917/rfs.452.0283>

C. Du documentaire à la vidéo TikTok : la captation vidéo de concerts comme moyen de développement et de promotion de l'artiste

Avec le développement et l'essor des technologies liées à la vidéo, la captation des concerts est devenue incontournable. Le Centre National de la Musique (CNM) définit la captation comme “l'enregistrement d'un spectacle vivant tel qu'il a été conçu afin d'être représenté devant un public, présent ou non lors de la captation et qu'elle ait lieu ou non à l'endroit où le spectacle a été ou sera présenté en public”¹³⁴. Michaël Spanu et Catherine Rudent, dans un article dédié à ce sujet, expliquent que la captation vidéo se “matérialise bien souvent par une mise en scène centrée sur la prestation scénique des artistes, entrecoupée de quelques images du public”¹³⁵. Qu'elle soit réalisée par des professionnels ou par le public présent à un concert, la captation vidéo est devenue essentielle dans le développement de l'image d'un artiste qui se produit en live. Ainsi, nous nous attacherons dans cette partie à comprendre l'intérêt pour l'artiste et son entourage professionnel, puis pour les fans, de la captation vidéo des concerts, et comment celle-ci peut influencer ou non sur la mythification de l'artiste en *rock star*.

Dans un cadre professionnel, le CNM attribue à la captation vidéo les caractéristiques suivantes : sur la forme, la captation peut être sonore ou audiovisuelle, c'est-à-dire qu'elle combine le son et la vidéo. La captation peut être exploitée à des fins commerciales, promotionnelles ou d'archivage. Enfin, “sa diffusion peut intervenir en direct ou en différé et s'effectue principalement sur des médias linéaires (télé hertzienne, TNT, radio, DAB), sur des services en ligne (plateforme VOD, streaming) ou via la fixation de l'enregistrement sur support (DVD, CD)”¹³⁶. Dans ce champ professionnel, plusieurs acteurs peuvent donc être à l'origine ou relais d'une captation vidéo : l'artiste et ses équipes (entourage proche, label, maison de disques) pour les canaux propres de l'artiste, la salle de spectacle ou le festival, et tout autre acteur externe qui préparerait un reportage, un documentaire ou une émission sur l'artiste. Dans notre corpus d'analyse sémiologique de vidéos de concerts, plusieurs acteurs

¹³⁴ CNM (2021). *De la captation d'un spectacle à son exploitation. Média, VOD, livestream*. https://cnm.fr/wp-content/uploads/2021/02/202002_CN_M FicheCaptaLivestream-pdf

¹³⁵ Spanu, M., & Rudent, C. (2022). La captation et ses paradoxes. Réflexions sur la mise en vidéo des concerts à l'ère de la plateformisation de la musique. *Communiquer*, 35, 101-120. <https://doi.org/10.4000/communiquer.9958>

¹³⁶ CNM (2021). *De la captation d'un spectacle à son exploitation. Média, VOD, livestream*. https://cnm.fr/wp-content/uploads/2021/02/202002_CN_M FicheCaptaLivestream-pdf

sont à l'origine de la diffusion de ces vidéos. On trouve d'une part les chaînes YouTube d'amateurs, qui agrègent sur un même canal plusieurs vidéos de concerts, soit d'un seul artiste, soit de plusieurs. Nous reviendrons plus tard sur le cas des fans qui procèdent à la captation vidéo. D'autre part, il y a les acteurs professionnels qui diffusent des vidéos de concerts : il peut s'agir de la chaîne YouTube de l'artiste lui-même, alimentée par ses équipes et sa maison de disques, mais aussi de la chaîne d'un festival.

Selon Arnaud Collet, Chef de Projet chez Sony Music, c'est à partir des années 90 que "la notion de live est devenue très importante. Dans les années 90, la grande majorité des clips pour les groupes de rock, c'était des groupes qui étaient filmés en concert." A la même époque, les maisons de disques développent les DVD musicaux contenant des séquences de concerts¹³⁷. Nous avons également remarqué dans notre corpus de vidéos étudiées que certaines étaient directement issues de la chaîne YouTube des artistes eux-mêmes, parfois même remasterisées pour les plus anciennes. C'est le cas d'Elvis Presley, Nirvana, et plus récemment Lil Peep dans un de ses clips, et Travis Scott dans son propre documentaire. Dans ce cas, l'image du concert, à l'origine évènement physique, devient une ressource essentielle pour créer d'autres médias propres aux artistes, notamment les clips. Avec la captation vidéo, l'artiste peut "documenter son style scénique"¹³⁸, faire comprendre au public sa personnalité, son style musical, sa manière d'interagir avec le public... Puisque le mythe de la *rock star* né d'un ensemble d'images assemblées de l'artiste, de sa musique et de son comportement sur scène et avec ses fans, la vidéo devient un matériau essentiel pour cultiver ce mythe. Si les concerts sont nés et vivent principalement de manière physique, ceux-ci peuvent désormais, avec les nouvelles technologies, être délocalisés sur d'autres plateformes, et ainsi amplifier la notoriété et le charisme de l'artiste. Enfin, dans une volonté d'interaction avec le public, la captation vidéo peut permettre aux artistes, selon Michaël Spanu et Catherine Rudent de "garder un souvenir qu'ils peuvent partager ultérieurement avec leurs fans"¹³⁹. Les artistes ont donc tout intérêt à retransmettre des images de ces prestations pour espérer donner envie au public de venir les voir en spectacle ou du moins d'écouter leur musique, et ainsi engendrer un impact commercial supplémentaire.

¹³⁷ Frith, Simon. « La musique live, ça compte... », *Réseaux*, vol. 141-142, no. 2-3, 2007, pp. 179-201.

¹³⁸ Spanu, M., & Rudent, C. (2022). La captation et ses paradoxes. Réflexions sur la mise en vidéo des concerts à l'ère de la plateformes de la musique. *Communiquer*, 35, 101-120. <https://doi.org/10.4000/communiquer.9958>

¹³⁹ Ibid

Pour les organisateurs d'événements musicaux comme les festivals ou salles de concerts, la captation vidéo permet de valoriser l'activité événementielle du lieu. Dès les années 60, les festivals ont commencé à être filmés. Le Monterey Pop Festival fut entièrement mis en image par Donn Alan Pennebaker, réalisateur américain très connu pour ses documentaires et captations de musique live (Bob Dylan, David Bowie, Depeche Mode...). Pour cet événement, il avait notamment filmé les performances en caméra embarquée pour mieux retranscrire l'expérience¹⁴⁰ d'un festival animé par les prestations d'artistes iconiques comme Jimi Hendrix et par l'énergie "flower power". Le festival de Woodstock a lui aussi été documenté, et le film portant le même nom, publié en 1970, a remporté un Oscar, contribuant ainsi à la reconnaissance du festival et de son impact culturel. Plus récemment, c'est ce que nous avons pu avoir avec le festival Rolling Loud, dont nous avons pu analyser deux concerts s'y étant déroulés dans notre corpus, ceux de Lil Uzi Vert et Playboi Carti. Rolling Loud est un festival américain consacré au hip-hop, qui se déroule dans plusieurs villes comme Miami ou New York, mais aussi en Europe, en Asie... Sur le site de Miami, Rolling Loud accueille environ 200 000 spectateurs. Ce festival dispose d'une chaîne YouTube de plus de 550 000 abonnés, sur laquelle sont postés des extraits et des passages intégraux de concerts des artistes présents à chaque édition. Sur sa chaîne TikTok, Rolling Loud isole les meilleurs extraits de chaque performance pour en faire de courtes capsules relatant les faits marquants du festival. Avec ces contenus, le festival utilise directement l'image des artistes pour promouvoir son événement et asseoir son positionnement dans le paysage des festivals de rap. En adoptant un rôle de médiateur entre l'artiste et son public, car il est la structure qui réussit à agglomérer toutes les têtes d'affiche, les *rock stars* du moment, en un seul festival et sur plusieurs continents, Rolling Loud devient le festival de référence pour les fans de rap à travers le monde.

Si les caméras et appareils photos personnels permettaient déjà de filmer des prestations live, les smartphones ont changé le rapport des fans à la vidéo de concert. L'objet smartphone est devenu une "prothèse" permettant au fan de documenter l'expérience qu'il fait de la musique live¹⁴¹. Avec l'arrivée du smartphone, puis la massification de son usage, le public s'est en effet lui aussi mis à réaliser ses propres vidéos de concerts, puis à les diffuser sur ses propres canaux. Comme nous l'évoquions précédemment, de nombreuses chaînes YouTube

¹⁴⁰ Gorin, F. (2020, 8 décembre). 1967 : Drogues, orchidées et rock'n'roll au Festival de Monterey. *Télérama*. https://www.telerama.fr/musique/1967-drogues-orchidees-et-rock-n-roll-au-festival-de-monterey_128952.php

¹⁴¹ CNMlab. (2023). *Musique live et Génération Z, Enjeux et perspectives*. <https://cnmlab.fr/onde-courte/musique-live-et-generation-z-enjeux-et-perspectives/>

amatrices diffusent les vidéos composant notre corpus d'analyse sémiologique. Ces vidéos sont le résultat d'un processus d'archivage, c'est-à-dire de collecte et de création de fonds documentaires (vidéos, photos, articles, objets...), souvent partagés entre fans, qui "s'inscrit dans un travail affectif généralement dénué d'intérêts économiques et constitue une sorte de patrimoine du quotidien"¹⁴². Selon Guillaume Heuguet, filmer est avant tout le symbole d'une "conscience de vivre un moment rare" et "l'idée que ces moments sont d'autant plus beaux qu'ils sont partagés, et qu'ils peuvent laisser une trace"¹⁴³. Les réseaux sociaux, notamment TikTok qui est une plateforme tournée vers la vidéo, encouragent les utilisateurs à relayer leurs vidéos de concerts en ligne. Lorsqu'on consulte le hashtag #festival sur TikTok, on s'aperçoit qu'il compte 23 milliards de vues, ce qui démontre l'intérêt des utilisateurs pour les contenus liés aux performances scéniques d'artistes. Toujours sur l'onglet #festival, la plateforme présente le court texte suivant : "La saison des festivals est enfin arrivée ! Tout au long de l'été, partage tes meilleurs moments en vidéo 📱🎵". Ce message adressé aux utilisateurs a vocation à les inciter à poster un maximum de contenus sur les festivals. Dans une stratégie de coopération artistes-plateformes, les maisons de disque ont la possibilité de négocier avec TikTok ce que l'on appelle des "mises en avant" pour les artistes dont elles s'occupent : si l'artiste poste une ou plusieurs vidéos contenant le hashtag #festival, TikTok fera en sorte que la vidéo remonte dans l'algorithme des utilisateurs, et ainsi l'artiste aura plus de chances d'être visible. C'est une manière d'inciter les artistes à eux aussi créer du contenu autour de leurs concerts. Ainsi, sous ce hashtag s'agrègent des vidéos postées par une pluralité d'acteurs : les artistes eux-mêmes, leur label et / ou maison de disques, les médias, les influenceurs ou les simples spectateurs. On y découvre aussi bien des prestations chantées que des contenus *behind the scenes* - comprendre des contenus qui montrent les coulisses du spectacle - ou des spectateurs qui passent en revue et notent les prestations des artistes. Ainsi, en publiant ses propres vidéos de concerts sur les réseaux sociaux, dont la performance contenue à l'intérieur va être commentée et débattue par les autres utilisateurs, le spectateur qu'on qualifierait de "lambda" devient un réel prescripteur, une personne qui a le pouvoir d'influencer les choix de consommation - ici musicale - d'autres personnes avec qui elle interagit. Comme le souligne Mélanie Bourdaa dans un article sur la promotion de séries télévisées par les créations des fans, "les fans ont désormais acquis un pouvoir légitime d'interaction avec leur objet culte puisqu'ils

¹⁴² Spanu, M., & Rudent, C. (2022). La captation et ses paradoxes. Réflexions sur la mise en vidéo des concerts à l'ère de la plateformes de la musique. *Communiquer*, 35, 101-120. <https://doi.org/10.4000/communiquer.9958>

¹⁴³ Heuguet, G. (2014). Le smartphone et le concert. *Esprit*, Novembr(11), 125. <https://doi.org/10.3917/espri.1411.0125>

le connaissent parfaitement”¹⁴⁴. En effet, la parole et l’avis des fans ou de simples spectateurs d’un concert est désormais tout aussi légitime que l’expertise d’un média dit spécialisé. En reprenant la théorie de Michel De Certeau, Mélanie Bourdaa explique que les fans exercent un “braconnage culturel”, c’est-à-dire qu’ils ne sont pas passifs mais vecteurs de création en se réappropriant une œuvre, ici la performance de l’artiste en concert. Ainsi, les fans acquièrent de plus en plus de pouvoir car ils “deviennent des interlocuteurs privilégiés des industries culturelles”¹⁴⁵ : les industries culturelles ont besoin des fans pour faire la promotion de leurs artistes et leurs concerts.

Comme suite à la pandémie de Covid-19 apparue en 2020, l’industrie du live a dû faire face à de nouvelles contraintes : le public ne pouvait plus se rendre physiquement à des évènements. Les acteurs de ces industries ont donc décidé d’utiliser une solution alternative : le *livestreaming*. Cette méthode désigne “la diffusion en temps réel d’une vidéo”¹⁴⁶, que ce soit à la télévision, sur les réseaux sociaux ou même dans les jeux vidéo. Ainsi, lorsqu’un confinement mondial a éclaté, le *livestreaming* - tous contenus confondus - a connu une hausse de 45% entre mars et avril 2020¹⁴⁷. De nombreux artistes s’en sont emparé pour proposer des expériences de concerts à leurs fans, par exemple sur les réseaux sociaux comme TikTok, Instagram ou YouTube. Ce type de plateforme permet d’interagir directement entre émetteur et récepteur grâce à une fonctionnalité *chat* avec la communauté en ligne. Le livestream peut aussi concerner la retransmission d’un concert qui a lieu dans un jeu vidéo : Travis Scott a réuni plus de 12 millions de téléspectateurs lors de son concert sur Fortnite, la performance de Lil Nas X dans Roblox a généré 33 millions de vues cumulées, tandis que le jeu Minecraft a accueilli le festival de rock Block by Blockwest, rassemblant plus de 5 000 joueurs et 134 000 téléspectateurs sur Twitch et YouTube¹⁴⁸. Les opportunités liées au *livestreaming* sont de plus en plus fortes pour les artistes et les professionnels de la musique, qui peuvent agréger de

¹⁴⁴ Bourdaa, M. (2016). La promotion par les créations des fans: Une réappropriation du travail des fans par les producteurs. *Raisons politiques*, 62, 101-113. <https://doi.org/10.3917/rai.062.0101>

¹⁴⁵ Segré, G. (n.d.). *Bonnes feuilles* : « Les fans. Une approche sociologique ». The Conversation. <https://theconversation.com/bonnes-feuilles-les-fans-une-approche-sociologique-139366>

¹⁴⁶ Eq, T. (2023, 27 mars). Qu’est-ce que le live streaming ? Définition - data - e-marketing.fr. *e-marketing*. <https://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/Live-streaming-254966.htm#:~:text=%C3%80%20retenir%3A.de%20montage%20ni%20d%27%C3%A9dition>

¹⁴⁷ Butler, R. R. (2021, 4 février). Going live online : the state of live streaming and the opportunities for brands. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2021/02/04/going-live-online-the-state-of-live-streaming-and-the-opportunities-for-brands/?sh=442bc6ca4b97>

¹⁴⁸ Haasch, P. (2020, 20 mai). Inside the immersive Minecraft music Festival that could set a precedent for the future of live entertainment. *Insider*. <https://www.insider.com/minecraft-music-festival-block-by-blockwest-bxbw-courier-club-2020-5>

nombreux fans, ou en conquérir de nouveaux à travers le monde, dans un même lieu virtuel. Dans son rapport *Engaging with music*, l'IFPI estime qu'en 2022, 32% des auditeurs de musique dans le monde ont visionné un *livestream* musical - notamment un concert - dans un mois écoulé. Ce phénomène est particulièrement fort sur certains marchés : 76% des auditeurs chinois, et 64% des auditeurs nigériens ont regardé un concert en *livestream* dans les 3 derniers mois écoulés¹⁴⁹. Ainsi, le *livestreaming* permet de produire un concert sur d'autres supports que le concert réel, qui nécessite beaucoup de matériel, de budget et d'organisation. En utilisant le *livestream*, les artistes disposent d'un nouvel outil pour cultiver leur image auprès des fans et des potentiels auditeurs. En observant l'engouement de certaines prestations virtuelles, on s'aperçoit que l'aura de l'artiste, dont les rock stars, n'est pas perdu. Dans le cas de Travis Scott sur Fortnite, des milliers de fans se sont mis à danser en-dessous d'une réplique géante de l'artiste, et l'opération a été grandement relayée sur les réseaux sociaux et dans les médias.

Si les vidéos de concerts, qu'elles soient professionnelles ou amatrices, plaisent autant aux utilisateurs des réseaux sociaux et aux fans de musique, Guillaume Heuget explique que c'est parce que les spectacles musicaux sont des expériences "médiagéniques". Pour reprendre la définition de ce concept proposé par Philippe Marion, "est médiagénique ce qui "passe bien" dans tel ou tel média" ce qui s'y trouve mis en valeur. La médiagénie qualifie la capacité d'un sujet, d'un projet narratif, voire d'un genre, à "se réaliser de manière optimale en choisissant le partenaire médiatique qui leur convient le mieux"¹⁵⁰. Dans le cas des spectacles musicaux, les partenaires médiatiques peuvent être variés, chacun s'adressant à des publics spécifiques : la télévision, les plateformes de streaming de films et de séries, et évidemment les réseaux sociaux. Dans la mesure où ils intéressent des téléspectateurs à travers les différents partenaires médiatiques, et que les séquences vidéos ou photos sont reprises, remodelées, réinterprétées, les concerts peuvent être qualifiés de médiagéniques. Fabian Holt, quant à lui, les considère comme des "cérémonies médiatiques", au sens de Katz et Dayan : les cérémonies médiatiques sont en fait des événements de grande ampleur qui vont être mis sous forme de cérémonies par des médias comme la télévision. Pour Fabian Holt, les festivals peuvent être considérés comme des "cérémonies". Lorsqu'un festivalier filme et retransmet le festival sur un de ses médias - par exemple les réseaux sociaux -, il "approuve la cérémonie" - ici le festival - et "la met au

¹⁴⁹ IFPI. (2023). *GLOBAL MUSIC REPORT 2023*. <https://globalmusicreport.ifpi.org/>

¹⁵⁰ Groensteen, T. (2005). Médiagénie et réflexivité, médiativité et imaginaire : comment s'incarnent les fables ?. *Belpégor*, 4(2). URL : https://dalspace.library.dal.ca/bitstream/handle/10222/47702/04_02_Groe_Medi_fr_cont.pdf;sequence=1

centre de l'imaginaire sociétal", engendrant "l'exploitation et la fétichisation des cérémonies"¹⁵¹. Ainsi les artistes peuvent diffuser l'imaginaire qui entoure la *rock star* par le biais des concerts qui sont des événements amplement scrutés par les différents médias.

Ce second axe de recherche nous a permis de comprendre à la fois ce qui construisait l'imaginaire de la prestation scénique d'une *rock star*, mais aussi de voir le rôle que les fans avaient dans la construction de ce concert. En effet, le concert est l'un des temps forts du fandom, un moment où il se regroupe au même endroit autour d'une passion commune pour vivre un moment d'effervescence généralisée. Sans les fans, l'artiste ne peut performer et dégager l'image qu'il souhaite dégager. Le concert peut être vécu comme une réelle expérience. Cette expérience, avec le développement des nouvelles technologies, est documentée de manière de plus en plus détaillée par les fans, notamment sur les réseaux sociaux. Le concert devient un objet médiagénique, c'est-à-dire que les spectateurs apprécient filmer puis diffuser leurs images du concert. Les fans qui n'étaient pas forcément présents ce jour-là peuvent eux aussi consommer par procuration du contenu lié à ces concerts. C'est d'autant plus le cas pour les performances en *livestreaming*. Nous pouvons donc affirmer notre seconde hypothèse : le mythe de la rock star existe encore et se renouvelle grâce à des fanbases ultra engagées se regroupant lors de concerts qui sont des expériences médiagéniques.

¹⁵¹ Holt, F. (2018). Les vidéos de festivals de musique : une approche « cérémonielle » de la musique en contexte médiatique. *Volume !*, 14 : 2, 211-225. <https://doi.org/10.4000/volume.5599>

II. Dynamiques et logiques marchandes autour de la création du personnage de *rock star* lors des concerts

A. L'évolution du modèle économique et des moyens techniques du *live* au service de la *rock star*

Le 21 mars 1952, le Moondog Coronation Ball voit le jour. Considéré comme le premier concert de rock de l'histoire, celui-ci s'est déroulé à Cleveland, Ohio, aux États-Unis. Organisé par le DJ Alan Freed et le disquaire Leo Mintz, ce concert est vu comme l'une des dates les plus marquantes de l'histoire du rock'n'roll selon les experts de la discipline et des personnalités comme Norm N. Nite, DJ, animateur radio et historien du rock¹⁵². Prévu pour 10 000 spectateurs, le concert en a en fait rassemblé le double, provoquant émeutes et forçant les organisateurs à stopper le spectacle au bout de 45 minutes. Considéré comme un événement marquant pour la culture rock, ce concert a été crédité comme l'événement capable de "rassembler les jeunes Noirs et les jeunes Blancs pour danser ensemble dans l'Amérique d'après-guerre"¹⁵³. Afin de développer ce genre de concerts, des acteurs se sont professionnalisés sous la fonction de "promoteur" ou "tourneur", c'est-à-dire des organisateurs d'événements et spectacles. C'est le cas de Bill Graham, considéré comme l'un des pionniers et l'une des figures les plus influentes du milieu du rock¹⁵⁴. Il fonda notamment les salles Fillmore East et Fillmore West - NYC et San Fransisco -, pouvant accueillir environ 3000 personnes. Il organisa le concert Live Aid en 1985, un concert caritatif pour vaincre la famine en Ethiopie, ayant lieu dans deux stades aux Etats-Unis et en Angleterre, et retransmis à la télévision partout dans le monde. Il fut le tourneur d'artistes éminents comme Bob Dylan. Selon le New York Times, Bill Graham a changé le modèle économique des concerts de rock, en transformant des concerts peu organisés en "propositions financières raisonnables" et en créant "des débouchés stables pour une musique qui ne l'était pas"¹⁵⁵. Pour Simon Frith, c'est à partir

¹⁵² Troy L. Smith, Cleveland.com. (2022, 21 mars). Moondog Memories : How Cleveland invented the rock and roll concert 70 years ago. *cleveland*. <https://www.cleveland.com/entertainment/2022/03/moondog-memories-how-cleveland-invented-the-rock-and-roll-concert-70-years-ago.html>

¹⁵³ First rock'n' roll concert. (1952, 21 mars). *Guinness World Records*. <https://www.guinnessworldrecords.com/world-records/107952-first-rock-n-roll-concert>

¹⁵⁴ Pareles, J. (2020, 13 février). In trippy times, Bill Graham took care of reality. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2020/02/13/arts/music/bill-graham-rock-roll-revolution.html>

¹⁵⁵ Ibid.

des années 70 que les rockeurs ont pu se produire dans des stades ayant des capacités d'accueil de 70 000 spectateurs¹⁵⁶.

C'est également en festival que le rock a pu s'imposer en live à la fin des années 60, et ce avec trois festivals mythiques : le Monterey Pop Festival et Woodstock aux Etats-Unis, le Festival de l'île de Wight en Angleterre. Ces événements culturels sont considérés comme des "hauts-lieux de la contre-culture, du mouvement hippie et de la musique pop", devenant de véritables « marqueurs générationnels »¹⁵⁷. C'est en 1967 qu'est organisé le Monterey Pop Festival, père des festivals comme on les connaît aujourd'hui, avec une programmation précise, une billetterie et une retransmission filmée. Il se déroule à 150 km de San Francisco, et est organisé par les producteurs Lou Adler et Alan Pariser, John Phillips (membre du groupe The Mamas & the Papas) et Derek Taylor, attaché de presse des Beatles. Ce dernier a réussi à faire venir plus de 1000 journalistes du monde entier¹⁵⁸. Tous les bénéfices de cet événement ont été reversés à des associations, seuls les défraiements des artistes étaient payés. En effet, ce festival naît avant tout pour "incarner les idées de la contre-culture naissante. Les jeunes en rupture avec les valeurs de leurs parents, rejettent la société consumériste et dénoncent l'impérialisme américain, notamment l'intervention au Vietnam"¹⁵⁹. Cet événement marqua le début du "Summer of love", période à laquelle émergent médiatiquement les communautés hippies¹⁶⁰. Pendant le Monterey festival, les visiteurs eurent l'occasion de découvrir des artistes emblématiques de la scène rock comme Janis Joplin, les Who ou Jimmy Hendrix. Second festival marquant : Woodstock. On a pu y retrouver des artistes comme Joan Baez, les Who, Santana... Il s'est tenu à Bethel, dans l'État de New York, sur trois jours en août 1969. Si l'événement était censé accueillir 50 000 spectateurs, ce sont au final un demi-million qui y ont assisté. Les barrières de sécurité ayant vite été renversées, le festival est devenu plus ou moins gratuit pour les milliers de jeunes affluant dans ce champ avec l'envie de vivre une toute nouvelle expérience¹⁶¹. Selon le département de l'Audiovisuel de la BnF et l'association

¹⁵⁶ Frith, S. (2007). La musique live, ça compte. . . *Réseaux*, n° 141-142(2), 179. <https://doi.org/10.3917/res.141.0179>

¹⁵⁷ Bernard, N. (2014). Les festivals, d'hier et d'aujourd'hui. Festivals, rave parties, free parties : histoire des rencontres musicales actuelles, en France et à l'étranger. *L'Observatoire*, 44 : <https://doi.org/10.3917/lobs.044.0080>

¹⁵⁸ Gorin, F. (2020, 8 décembre). 1967 : Drogues, orchidées et rock'n'roll au Festival de Monterey. *Télérama*. <https://www.telerama.fr/musique/1967-drogues-orchidees-et-rock-n-roll-au-festival-de-monterey,128952.php>

¹⁵⁹ Le Festival de Monterey 1967, c'est magnifip ! (2016, 14 juin). *FIP*. <https://www.radiofrance.fr/fip/podcasts/c-est-magnifip/le-festival-de-monterey-1967-c-est-magnifip-7060836>

¹⁶⁰ Reporter, G. S. (2007, 26 mai). What was the Summer of Love ? *the Guardian*. <https://www.theguardian.com/travel/2007/may/27/escape>

¹⁶¹ Pougin, E. (2019, 16 juillet). Woodstock a 50 ans : Voici l'histoire d'un festival aussi mythique que catastrophique. *Konbini - Musique, cinéma, sport, food, news : le meilleur de la pop culture*. <https://www.konbini.com/popculture/woodstock-50-ans-michka-assayas/>

Décibel, si Woodstock est “resté aussi présent dans l’imaginaire collectif mondial, au point de résumer à lui seul (et probablement à tort) la culture hippie, c’est probablement qu’il marque l’apogée en même temps que la fin du « flower power » aux Etats-Unis.”¹⁶² Par la suite, c’est à partir des années 80 que s’est vraiment développée, selon Fabian Holt, “l’industrie” des festivals de musique, grâce à la programmation de super stars, l’augmentation des capacités d’accueil et l’apparition du sponsoring¹⁶³.

De leur côté, les premiers concerts de rap prennent plutôt la forme de ce qu’on appelle des *block parties*, c’est-à-dire des “fêtes de quartier, inspirées par les sound systems jamaïcains, apparues dans le Bronx à New York sous l’instigation de Kool DJ Herc au début des années 1970”¹⁶⁴. En 1973, Cindy Campbell, la sœur de DJ Kool Herc, décide d’organiser sa propre *block party*, de laquelle elle fera payer l’entrée aux visiteurs, et demandera à son frère DJ Kool Herc de mixer¹⁶⁵. Les experts du hip-hop désignent souvent cette *block party* comme le moment-clé de la création du mouvement hip-hop. Ces *block parties*, en quelque sorte ancêtres des concerts de rap, se multiplient suite à celle de Cindy Campbell. Elles réunissent des graffeurs, des breakdancers et évidemment des Dj et des MC, tous les membres de la culture hip-hop. Dans les années qui suivent, des discothèques comme le Harlem World Club deviennent des lieux dans lesquels peuvent se produire les rappeurs, que ce soit sous formes de battles ou de concerts. C’est sur cette même scène que Sylvia Robinson, fondatrice du label Sugar Hill Records, fut convaincue qu’il fallait proposer du hip-hop sur disques¹⁶⁶, ce qui démontra dès le début du mouvement l’importance du *live* pour conquérir de nouveaux auditeurs. C’est à partir du milieu des années 80 que les tournées nationales et mondiales se développent. De nombreux groupes collaborent lors de ces tournées, à l’image du *Fresh Fest Concert Tour* en 1984, réunissant Run-DMC, Whodini, The Fat Boys, Newcleus & the Dynamic Breakers, New York City Breakers, Turbo et Ozone¹⁶⁷. C’est l’une des premières tournées hip-hop. Elle a rapporté plus de 3 millions de dollars sur 27 dates. Aujourd’hui, du

¹⁶² Département de l’Audiovisuel de la BnF, association Décibel. (19 juin 2009). Les 40 ans du festival de Woodstock [Conférence]. Bibliothèque nationale de France - Petit Auditorium, Hall Est. URL : <https://journals.openedition.org/afas/1182>

¹⁶³ Holt, F. (2018). Les vidéos de festivals de musique : une approche « cérémonielle » de la musique en contexte médiatique. *Volume !*, 14 : 2, 211-225. <https://doi.org/10.4000/volume.5599>

¹⁶⁴ Augrand, A. (2020). La dance culture, une mondialisation réussie. *Hermès, La Revue*, 86, 249-256. <https://doi-org.accesdistant.sorbonne-universite.fr/10.3917/herm.086.0249>

¹⁶⁵ Lagarde, Y. (2020, 10 mars). L’histoire oubliée de « la mère du hip-hop », Cindy Campbell. *France Culture*. <https://www.radiofrance.fr/franceculture/l-histoire-oubliee-de-la-mere-du-hip-hop-cindy-campbell-6942924>

¹⁶⁶ *Rocking at the legendary The Harlem World Disco*. (s. d.). <https://rockthebells.com/articles/harlem-world-disco/>

¹⁶⁷ Murphy, K. (2019, 14 juin). The 20 greatest hip-hop tours of all Time. *Andscape*. <https://andscape.com/features/the-20-greatest-hip-hop-tours-of-all-time/>

fait que le rap soit devenu *mainstream*, les tournées des rappeurs américains rapportent des sommes bien plus conséquentes, comme celle de Kendrick Lamar, *Mr Morale & The Big Steppers Tour* en 2022 et 2023, qui a enregistré 110 millions de dollars de profits sur 73 dates¹⁶⁸.

Concernant les festivals, le rap ne s'est pas tout de suite imposé dans les *line-up* - programmations - de ceux-ci. Si des artistes comme A Tribe Called Quest ou DMX ont pu performer respectivement en 1994 à Lollapalooza et en 1999 à Woodstock, le rap reste à l'époque encore minoritaire au sein des programmations. En 2008, Jay-Z s'attire les critiques de Noel Gallagher, membre du groupe Oasis, en performant pour la première fois en tant que *headliner* - artiste principal - au festival britannique Glastonbury. Le chanteur considère que le rap n'a pas sa place dans un festival originellement rock. Jay-Z répond à cette critique devant une immense foule, guitare électrique à la main, en interprétant *Wonderwall* d'Oasis¹⁶⁹. Dans les années 2010, avec la montée du rap dans les classements musicaux partout à travers le monde, de nouvelles plateformes d'expression se développent pour le genre. C'est le cas des festivals comme Rock the Bells, fondé par LL Cool J et qui présente les artistes *old school* et iconiques des débuts du hip-hop. En 2015, un *gamechanger* arrive dans le secteur : il s'agit du festival Rolling Loud créé par Matt Zingler et Tariq Cherif, organisateurs de soirées dans le milieu du hip-hop, intégralement dédié au rap¹⁷⁰. Comme nous l'évoquions précédemment, le festival né à Miami est désormais présent partout aux Etats-Unis, en Europe, mais aussi en Asie et en Australie. Il est la référence des festivals de rap dans le monde, et est devenu un passage obligé pour les rappeurs internationaux. Aujourd'hui, les artistes rap représenteraient, selon une étude du cabinet de data spécialisé dans la musique Viberate, 12,6% des artistes bookés en festival à travers le monde, soit autant que les artistes pop (12,7%) et un peu moins que les artistes rock (15,8%)¹⁷¹. Le rap est devenu une musique *mainstream* qui attire autant de spectateurs que d'autres genres. A titre indicatif, en France, le rap représentait en 2019 50%

¹⁶⁸ Hardy, C. (2023, 5 mai). *The biggest hip hop tours of all time*. HotNewHipHop. <https://www.hotnewhiphop.com/669189-biggest-hip-hop-tours>

¹⁶⁹ Abiade, Y. (2020, août 31). Jay-Z, Glastonbury 2008 : Diamonds in the sky for rap's greatest showman. *the Guardian*. <https://www.theguardian.com/music/2020/aug/31/jay-z-glastonbury-2008-diamonds-in-the-sky-for-raps-greatest-showman>

¹⁷⁰ Thompson, P. (2018, sept 14). How 2 Best Friends Went From Throwing High School Parties to Founding Rolling Loud. *Complex*. <https://www.complex.com/music/a/paul-thompson/how-two-best-friends-went-from-throwing-parties-to-founding-rolling-loud>

¹⁷¹ Viberate. (2022). *Post-pandemic Festival Report by Viberate*. <https://www.viberate.com/reports/festival-report-2022/#header-url-2>

des programmations des Solidays, Garorock et les Vieilles Charrues, trois grands festivals à l'origine orientés sur la pop et le rock¹⁷².

Que ce soit en festival ou en concert en salle, pour le rap comme pour le rock, les moyens techniques ont massivement progressé, permettant d'accueillir toujours plus de spectateurs et de créer des performances scéniques des plus impressionnantes. Tout d'abord, nous pouvons relever, à l'aide de notre corpus de vidéos, un changement frappant quant à la taille des scènes, à leur accessibilité et au dispositif de sécurité lié à celles-ci. Lors des premières performances d'Elvis et des Rolling Stones, qui ont lieu entre la fin des années 50 et la fin des années 60, ceux-ci jouent sur de petites scènes, semblables à celles de spectacles qu'on qualifierait avec les normes actuelles "d'amateurs"¹⁷³, bien qu'ils soient déjà très connus par le public. Lors du concert des Stones à Hyde Park en 1969, les spectateurs peuvent tout à fait accéder aux artistes, certains étant même placés dans les régies sur les bords de scène. Dans l'extrait étudié, Mick Jagger et ses musiciens ont peu de place pour se déplacer sur scène, la scène étant bondée d'autres musiciens, performeurs et entourage. Lors de leurs performances à Tupalo en 1957 et à Amsterdam en 1991, les scènes des concerts d'Elvis Presley et Nirvana sont basses et ne disposent d'aucunes barrières, ce qui permet aux spectateurs de poser leurs bras sur le rebord, mais aussi d'y monter facilement, comme le fan de Nirvana que l'on aperçoit dans la vidéo. On retrouve cette ambiance chez Lil Peep lorsqu'il se produit dans de petites salles européennes, le public a facilement accès à lui. Mais globalement, plus l'on avance dans le temps, plus les scènes sont soit grandes, soit sécurisées. Dans le cas des Rolling Stones, avoir choisi deux vidéos du groupe, une datant de 1969 et une de 2013, permet aussi de comprendre l'évolution de la carrière du groupe : ils passent de la petite scène à la géante, d'une performance qu'on qualifierait de "spontanée" ou "libre" à une performance bien plus étudiée et cadrée¹⁷⁴. Les performances des rappeurs que nous avons étudiées ont lieu sur les larges scènes des festivals, très sécurisées et normées. Cela peut aussi s'expliquer par le fait que même si ce sont des artistes jeunes, avec le streaming et les réseaux sociaux, ainsi que la popularité croissante d'événements comme les festivals, leur carrière progresse plus vite. Ils peuvent donc se produire plus rapidement sur d'importantes scènes en stades ou festivals. Que les fans puissent être proches ou non de l'artiste, celui-ci peut tout de même véhiculer son image de




¹⁷² Richard, O. Bernier, A. (2022). *Le rap en France : nouvel âge d'or ?* La Sacem. <https://clients.sacem.fr/actualites/vie-culturelle/le-rap-en-france-nouvel-age-dor>

¹⁷³ Voir annexe n°6

¹⁷⁴ Voir annexe n°6

rock star : s’il est proche des spectateurs, ceux-ci peuvent penser que l’artiste est prêt à tout leur donner, et que donc c’est une *rock star*. A l’inverse, si l’artiste est loin du public, cela lui confère d’autant plus son aura de personne inaccessible, différente des autres, que seule la *rock star* peut posséder.

Pour appuyer leur performance de *rock star*, les artistes peuvent opter pour une mise en scène particulière. Selon le CNM, lorsque les artistes utilisent d’importants moyens, c’est avant tout pour “marquer le caractère exceptionnel et démesuré”¹⁷⁵ de leur concert. Chez Guns and Roses, la mise en scène est colossale, avec un dinosaure gonflable géant, doté de couteaux à la place des dents. Il est installé sur le côté de la scène, et est animé : il bouge ses bras et ses dents. Chez Lil Uzi Vert, on aperçoit un château gonflable avec des personnes dedans, des mannequins de magasins, et des croix de cimetière. Quant à Travis Scott, il a installé un aigle géant sur la scène.



		
<p>Guns and Roses : Paris - 1992. Dinosaur géant à dents en couteaux.</p>	<p>Travis Scott : tournée américaine - 2017. Aigle géant.</p>	<p>Lil Uzi Vert – Rolling Loud Cali 2023. Un château gonflable avec des personnes dedans, des croix de cimetière, des mannequins.</p>

A chaque fois, ces éléments sont liés à ce qu’on pourrait appeler “un fil rouge”¹⁷⁶, qui nous rappelle l’univers de l’artiste, et permettent de mieux comprendre les chansons ou l’album, et qui peuvent aussi marquer l’originalité de la performance. Les différentes ambiances au cours d’une prestation peuvent être accentuées par les jeux de lumière et autres “effets spéciaux”. On remarque que 3 des 5 rappers que nous avons étudié choisissent de projeter des flammes lors

¹⁷⁵ CNM, Quali quanti. (2022). *L’expérience des spectacles musicaux*. URL : <https://cnm.fr/le-centre-national-de-la-musique-devoile-les-resultats-de-letude-qualitative-l'experience-des-spectacles-musicaux/>

¹⁷⁶ CNM, Quali quanti. (2022). *L’expérience des spectacles musicaux*. URL : <https://cnm.fr/le-centre-national-de-la-musique-devoile-les-resultats-de-letude-qualitative-l'experience-des-spectacles-musicaux/>

de leurs prestations¹⁷⁷, notamment lorsqu'ils sautent ou dansent. Cela permet d'accentuer l'énergie de l'artiste et d'impressionner le spectateur. Il en va de même pour les Rolling Stones, qui tirent un feu d'artifice à la fin de leur concert à Glastonbury. Playboi Carti, quant à lui, inonde la scène de Rolling Loud, qu'il a choisi très sombre sans presque aucun éclairage, de lasers rouges, de flash blancs et de brume, pour accentuer son côté mystique¹⁷⁸. A l'inverse, certains artistes choisissent un décor "en toute simplicité", cela leur permet de créer des moments plus intimistes avec les fans et que leur performance, en théorie, se suffise à elle-même. Il faut aussi noter que les concerts les plus anciens de notre corpus - Elvis en 1957, les Stones en 1969 ou Jimi Hendrix en 1967 - n'ont pas forcément beaucoup de mise en scène, ceci étant lié à l'état de la technique pas encore développée comme aujourd'hui. Les scénographies de Nirvana, Post Malone et Playboi Carti sont particulièrement dépouillées : l'artiste est au centre de la scène, parfois accompagnés de musiciens, mais rien de plus. Enfin, l'écran, notamment lors des festivals ou dans les stades, est devenu incontournable. Il remplit deux fonctions : une fonction utilitaire, celle d'agir comme des jumelles pour les spectateurs qui voient mieux ce qui se passe sur scène. Et une fonction plus artistique et humaine : l'écran complète la mise en scène physique, et retranscrit les émotions de l'artiste. Comme le souligne le CNM, l'écran permet de "multiplier les interactions entre les artistes et la musique. Les écrans apportent une dimension visuelle à la musique et deviennent un art à part entière. Sont utilisées des projections qui apportent une dimension immersive."¹⁷⁹ Au sein de notre corpus, on retrouve des écrans lors des prestations de Post Malone ou Lil Uzi Vert.

	
<p>Lil Uzi Vert : l'écran permet de mieux voir la mise en scène et l'artiste.</p>	<p>Post Malone : l'écran habille la mise en scène dépouillée et permet de mieux voir l'artiste.</p>

¹⁷⁷ Voir annexe n°7

¹⁷⁸ Voir annexe n°7

¹⁷⁹ CNM, Qualiquanti. (2022). *L'expérience des spectacles musicaux*. URL : <https://cnm.fr/le-centre-national-de-la-musique-devoile-les-resultats-de-letude-qualitative-lexperience-des-spectacles-musicaux/>

Placés sur chaque côté de la scène, les écrans permettent dans ces deux cas au public de voir depuis n'importe où dans la foule, dans la mesure où ce sont des événements de grande ampleur - concert en stade et festivals rassemblant des milliers de personnes. Dans le cas du concert de Post Malone, l'écran permet d'habiller la scène très vide, contrairement au concert de Lil Uzi Vert où il permet de mieux voir les éléments de décor posés derrière l'artiste. Pour résumer, un artiste dispose donc d'un large choix de mises en scène pour véhiculer l'imaginaire de la *rock star*. Il peut choisir une mise en scène très simple, pour affirmer que son interprétation se suffit à elle-même, ou une mise en scène très travaillée, pour affirmer son identité visuelle et accentuer la démesure souvent attribuée aux *rock stars*.

Quelle que soit la forme qu'il prend, le *live* reste un levier intéressant pour le développement d'une carrière de *rock star*. Elle lui permet de véhiculer son image à travers des ambiances spécifiques, des mises en scènes travaillées, et devant un public toujours plus nombreux dans des salles d'envergure. Selon le cabinet de recherches marketing Technavio, le marché de la musique *live* dans le monde devrait prendre encore plus d'ampleur dans les prochaines années : entre 2021 et 2026, celui-ci devrait connaître un taux de croissance annuel de 9%, et croître de 9,8 milliards de dollars. Ils estiment que 31% de cette croissance sera issu du marché nord-américain¹⁸⁰. Sans compter les opportunités liées au *livestreaming* que nous avons abordé dans notre chapitre sur la captation vidéo. Les artistes ont donc tout intérêt à travailler leurs performances live, et s'ils souhaitent atteindre le statut de *rock star*, puis le cultiver, ce passage semble obligatoire.

B. Les produits dérivés pour amplifier son image de *rock star*

Si l'évolution des moyens techniques a permis aux artistes de se produire progressivement de manière plus professionnelle, sur des scènes plus conséquentes et adaptables à leurs envies et idées, d'autres outils ont accompagné cette évolution et aidé à renforcer la présence de certains artistes dans l'esprit des auditeurs. C'est le cas du

¹⁸⁰ Technavio. (2023, 16 janvier). Live music market size to grow by USD 9.87 billion from 2021 to 2026 : A descriptive analysis of customer landscape, vendor assessment, and market dynamics - Technavio. *Prnewswire*. <https://www.prnewswire.com/news-releases/live-music-market-size-to-grow-by-usd-9-87-billion-from-2021-to-2026-a-descriptive-analysis-of-customer-landscape-vendor-assessment-and-market-dynamics---technavio-301719991.html>

merchandising. Par *merchandising*, aussi appelé couramment *merch*, nous entendons ici des produits dérivés liés à un artiste. Il peut prendre des formes très variées : tee-shirts, sweat-shirts, tasses, badges... Et présenter différents motifs : logos, photos, illustrations, titre de l'album ou d'une chanson ou encore dates de tournées. Le premier article de *merch* est apparu dans les années 1950, lorsque Henry Saperstein, producteur de cinéma américain, propose au manager d'Elvis Presley de créer des vêtements à son effigie, à l'image de ce qui se fait déjà dans le cinéma et l'animation. C'est la première licence, que nous définirons comme une "autorisation délivrée par l'administration d'exercer certaines activités économiques et plus particulièrement commerciales, moyennant redevance ou non"¹⁸¹, à être créée pour un artiste musical. En 1956, Elvis Presley vend pour 22 millions de dollars de produits dérivés¹⁸². En 1974, l'homme d'affaires Dell Furano s'associe au promoteur Bill Graham pour créer Winterler Production, l'une des premières entreprises du secteur à vendre des vêtements directement lors des concerts¹⁸³. Ils font l'acquisition de clients comme les Rolling Stones ou les Grateful Dead. C'est à cette même période, plus précisément en 1971, que naît le logo désormais mythique des Rolling Stones : une bouche qui tire la langue. On l'aperçoit d'ailleurs dans la vidéo de notre corpus de la prestation du groupe à Glastonbury en 2013 chez certains fans du groupe, preuve que le logo survit dans le temps. Par la suite, de nombreux autres logos naissent : Kiss, Black Sabbath, AC/DC, Nirvana etc. Le logo devient indispensable pour les artistes très connus. Au fil du temps, certains artistes choisissent de s'associer à des marques d'habillement pour créer leur collection de merch : Public Enemy avec Supreme, Travis Scott avec Nike... Les festivals de musique comme le Hellfest ou les Ardentes se sont aussi mis à produire leur propre *merchandising* afin d'imposer leur festival comme une marque unique et de créer un sentiment d'attachement au festival semblable à celui que peut recevoir un artiste.

Peu importe le genre musical, les produits dérivés sont devenus au fil du temps une véritable institution. Comme le souligne Simon Frith, le concert est d'ailleurs le moment-clé de la vie du produit dérivé. Pour les professionnels de l'industrie musicale, le merch vendu lors des concerts permet de générer des revenus supplémentaires, le concert étant le moment de vente idéal puisqu'il agrège de nombreux fans dans un seul et même endroit. Selon le rapport

¹⁸¹ LICENCE : Définition de LICENCE. (s. d.). <https://www.cnrtl.fr/definition/licence>

¹⁸² Banks, A. (2019). An exhaustive timeline of the most important dates in music Merch history. *Highsnobiety*. <https://www.highsnobiety.com/p/music-merch-history/>

¹⁸³ Thibault, A. (2023, 25 juillet). Enquête : Du tee-shirt de concert aux préservatifs, les dessous du merchandising | numéro magazine. *Numéro Magazine*. <https://www.numero.com/fr/musique/enquete-business-merchandising-produits-derives>

du cabinet Luminate sur l'état du marché musical américain en 2023, se rendre à un concert est l'endroit le plus plébiscité par les Américains pour se procurer du merch¹⁸⁴. Ainsi, en 2017, Dell Furano estime entre 10 et 35% la part que représente les ventes de merchandising dans les revenus totaux des artistes¹⁸⁵, pouvant atteindre même les 80% chez certains artistes selon Barry Drinkwater, président de Global Merchandise Services¹⁸⁶. Le Guardian, quant à lui, estime à 3,5 millions de dollars les revenus générés par la vente de *merch* dans le monde.

Si le *merch* reçoit un tel succès, c'est avant tout grâce à sa fonction socialisatrice, notamment au sein des groupes de fans. Dans la discipline des *fan studies*, les chercheurs considèrent les fans comme des individus qui “développent une forte relation émotionnelle avec un produit ou une narration populaire, comme la musique, les livres, les films, les émissions de télévision, les équipes de sport ou les célébrités”¹⁸⁷. Aujourd'hui, pour exister et faire partie d'une communauté existant grâce à l'une des entités citées précédemment, les fans ont le besoin de se revendiquer en tant que tel et passionnés par le sujet. Olivier Donnat, sociologue spécialisé dans les questions liées à la culture, relève dans une étude intitulée *Histoire de vie* menée en 2009 et portant sur les loisirs des Français, que la plupart des répondants se considérant comme “passionnés” par un sujet en faisaient souvent un trait de personnalité propre, qu'ils considèrent plus “révélateurs” de qui ils sont vraiment - contrairement à des assignations administratives. Pour ces mêmes personnes, le fait d'être passionné par un sujet est lié à une pratique que le chercheur qualifie “d'exigeante” et qui “donne du sens à l'existence”¹⁸⁸, qui dépasse la simple consommation d'un produit culturel pour le plaisir. Ainsi, les fans se distinguent des consommateurs ordinaires par leur dévouement plus important, parfois intense, envers le sujet qui les passionne¹⁸⁹. Pour Kozinets, les fans sont des “consommateurs loyaux” qui investissent beaucoup d'eux-mêmes et manifestent des réactions affectives intenses, exprimant ainsi leur identité à travers leur attachement à leurs

¹⁸⁴ Luminate. (2023, 17 juillet). *Luminate 2023 Midyear Report*. <https://luminatedata.com/reports/midyear-music-industry-report/>

¹⁸⁵ Newman, M. (2017, 22 mai). The Guy Who Made Concert Tees Cool Looks Back on 40 Years of Retail Hits. *Billboard*. <https://www.billboard.com/music/music-news/dell-furano-concert-tees-40-years-7800218/>

¹⁸⁶ Richard, O. (2020, 20 novembre). Musique : goodies or not to be. *Libération*. https://www.liberation.fr/musique/2020/11/20/goodies-or-not-to-be_1806253/

¹⁸⁷ Attah, T. (2013). Mark Duffett (ed.), Popular Music and Society “Fandom” issue. *Volume !*, 10 : 1, 320-322. <https://doi.org/10.4000/volume.3873>

¹⁸⁸ Donnat, O. (2009). Les passions culturelles, entre engagement total et jardin secret. *Réseaux*, 153, 79-127. <https://doi.org/accesdistant.sorbonne-universite.fr/10.3917/res.153.0079>

¹⁸⁹ Derbaix, M., & Korchia, M. (2019). Individual Celebration of Pop Music Icons : a study of music fans relationships with their object of fandom and associated practices. *Journal of Consumer Behaviour*, 18(2), 109-119. <https://doi.org/10.1002/cb.1751>

idoles ou sujets préférés¹⁹⁰. Comme le souligne Simon Frith, “écouter de la musique est devenu une manière de revendiquer son propre espace physique et émotionnel”¹⁹¹, et la partager aux autres fait partie de nos rapports sociaux. Avec le *merch*, les auditeurs de musique ont donc un moyen supplémentaire d’exprimer leurs goûts personnels et une appartenance à une communauté, dans ce cas de figure celle des fans.

De plus, des spécialistes de l’industrie musicale relève l’importance grandissante pour les fans de la tenue vestimentaire qu’ils vont porter lors des concerts. Selon Jennessa Williams, journaliste musicale et doctorante à l’université de Leeds, les fans veulent venir assister au concert “préparés, capables de démontrer leur sentiment d’appartenance, leurs connaissances ou leur capital culturel”¹⁹². Cela serait exacerbé par les réseaux sociaux et notamment TikTok, qui permettent de prolonger l’expérience du concert : en effet, au-delà de la tenue portée le jour-J, les fans n’hésitent pas à documenter la sélection et / ou la fabrication de leur appareil. Sur TikTok, le hashtag #concertoutfit compte 781 millions de vues et le hashtag #merch, 4,1 milliards de vues. Sur ce dernier, les utilisateurs passent en revue les différents objets qu’ils ont pu obtenir lors de concerts, proposent de nouvelles idées de design... Cela peut être un moyen supplémentaire et créatif d’afficher son appartenance à la communauté des fans. Ainsi, dans le cadre de notre sujet sur la *rock star*, cet engagement envers l’artiste ou le groupe dont des auditeurs sont fans peut passer par l’achat, le port et la collection de *merch* d’un artiste. En effet, l’engouement est fort, surtout chez les jeunes générations. Selon Luminare, 42% de la Gen Z aimeraient que les artistes proposent plus de choix de merch pour qu’ils puissent leur afficher leur soutien¹⁹³. Pour reprendre la vision de Roland Barthes, le vêtement peut être vu comme un “moyen de communication”¹⁹⁴, ce que Fabienne Pomel désigne comme “lieu privilégié de projection d’une subjectivité et de valeurs”¹⁹⁵, et permet de créer “des frontières spatiales ou temporelles, séparant les pays ou les générations”¹⁹⁶. Dans le cas du *merch*, ces

190 Ibid

191 Frith, S. (2007). La musique live, ça compte. . . *Réseaux*, n° 141-142(2), 179. <https://doi.org/10.3917/res.141.0179>

192 Solá-Santiago, F. (2023, 27 juillet). Concert fashion is a key part of fandom, everyone is invited. *Refinery29*. <https://www.refinery29.com/en-us/2023/07/11477880/2023-concert-fashion-trends-fandom>

193 Luminare. (2023, 17 juillet). *Luminare 2023 Midyear Report*. <https://luminatedata.com/reports/midyear-music-industry-report/>

194 M.R.Schiele. (s. d.). *Roland Barthes, Système de la mode (1967)*. Sartoria. <https://sartoria.hypotheses.org/825>

195 Pomel, F. (2017). Quand le vêtement fait signe. le roman de la rose et l’écriture allégorique des parures. *Sociopoétiques*. <https://doi.org/10.52497/sociopoetiques.496>

196 Lebrun, C. (2005). Fonctions métaphorique et métonymique du vêtement. *Adolescence*, 233, 613-626. <https://doi.org/10.3917/ado.053.0613>

frontières ne sont pas forcément générationnelles ou géographiques. Elles sont davantage liées au degré d'attachement et d'investissement porté à l'artiste par le fan. Entre eux, les fans peuvent se comparer et ainsi établir une distinction entre les "vrais fans" et les auditeurs moins investis, "lambdas". Pour les fans, acheter puis exhiber son tee-shirt ou tout autre accessoire lié à l'artiste permet de garder "le souvenir d'avoir été là"¹⁹⁷. AtVenue, acteur de l'évènementiel aux Etats-Unis, rapporte que sur 75 000 concerts enregistrés, un spectateur sur cinq a acheté du merch, notamment les fans de hip-hop à 28% et les fans de rock à 20%¹⁹⁸.

Dans notre corpus de vidéos, nous avons relevé plusieurs styles de merch portés par les fans ou les artistes, notamment des tee-shirts, certains contenant des logos comme celui des Rolling Stones. Post Malone arbore lui-même un tee-shirt AC/DC, portant le nom et une illustration du groupe. L'apposition du nom, du visage ou des photos d'un artiste sur un vêtement vendu aux fans peut être perçue comme un processus de "mise en trivialité" d'un objet culturel¹⁹⁹. La *trivialité des objets culturels* est un concept proposé par Yves Jeanneret : dans sa théorie, le chercheur décrit comment les objets qui forment notre culture se propagent dans le temps et l'espace, et comment cette diffusion conduit à une réécriture et une réappropriation constantes - qu'il appelle remédiation - de ces objets grâce aux "carrefours de la vie sociale". C'est par le passage d'une industrie à une autre, d'un support physique à un autre, d'une classe sociale à une autre, que les objets deviennent des "êtres culturels", c'est-à-dire qu'ils prennent du sens et de la valeur dans la société. Dans le cadre de notre sujet, la *rock star* est un objet culturel mis en trivialité, notamment par le biais des produits dérivés, puisque le merch est une réinterprétation par le vêtement de l'univers musical et visuel de l'artiste, contribuant à la diffusion de l'artiste et de sa musique dans le monde social. La *rock star* est alors un être culturel qui prend de l'ampleur car elle n'est pas seulement cantonnée à sa simple musique, elle fait partie intégrante de la culture populaire grâce aux différents supports sur lesquels elle communique.

¹⁹⁷ Frith, S. (2007). La musique live, ça compte. . . *Réseaux*, n° 141-142(2), 179. <https://doi.org/10.3917/res.141.0179>

¹⁹⁸ Thibault, A. (2023, 25 juillet). Enquête : Du tee-shirt de concert aux préservatifs, les dessous du merchandising | numéro magazine. *Numéro Magazine*. <https://www.numero.com/fr/musique/enquete-business-merchandising-produits-derives>

¹⁹⁹ Treleani M., (2016). *Yves Jeanneret, Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Paris, Editions Non Standard, 2014, 784 pages. Actes Sémiotiques, (119). <https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/5636>

Le merchandising est donc un moyen supplémentaire d'asseoir l'image d'un artiste dans l'esprit du public, notamment celle d'une *rock star*. La *rock star* étant par essence dans son mythe une *star*, elle est connue de tous, et c'est son charisme naturel qui lui permet d'être recopiée sur de nombreux objets de manière esthétique. En portant ou exposant au monde un objet lié à la *rock star*, le fan participe à la diffusion d'un imaginaire autour de son artiste favori. Les opportunités financières liées aux merchandising sont nombreuses, et les artistes qui veulent être des *rock stars* ont tout intérêt à s'en saisir.

C. L'intérêt capital de la bonne performance scénique de la *rock star* pour conquérir le public et les professionnels de l'industrie

Comme nous l'évoquions dans notre partie sur ce qu'était un "concert de *rock star*", le live est presque indissociable du mythe de la *rock star*. C'est l'un des attributs qui la compose. Le sociologue Simon Frith rappelle que dans les musiques populaires, le concert est "essentiel à la mythologie des fans de rock, de folk, de jazz et de musique country"²⁰⁰. Comme nous le soulignons précédemment, le concert est un médium de choix pour un artiste, et plus particulièrement pour les artistes considérés comme des *rock stars*. Aujourd'hui, pour un artiste, selon son profil et sa compatibilité avec le format concert, les performances en live peuvent avoir un caractère décisif, comme l'explique Judith Amsellem : "il y a vraiment des artistes pour lesquels, quand on réfléchit aux stratégies de développement, on se dit que ça passera par le *live*. Parce que c'est des artistes qui ont par exemple des morceaux qui ne sont pas simples à playlister, ou qui sont entre deux genres, qui ne se rangent pas vraiment dans des cases, mais qui ont un charisme sur scène qui est ultra fort". Le média spécialisé Trapital confirme cette idée²⁰¹ : même si l'industrie musicale repose sur le fait de construire des stars dans leur domaine, les manières de devenir une star de la musique peuvent être très variées, et le live peut être un moyen de se démarquer. L'article distingue ainsi quatre types d'artistes : les "artistes de festival", les "artistes de tournée", les "artistes du streaming" et les "artistes qui vendent des albums". S'établit donc, dans cette classification, des artistes qui se prédestinent plus que d'autres à la scène.

²⁰⁰ Frith, S. (2007). La musique live, ça compte. . . *Réseaux*, n° 141-142(2), 179. <https://doi.org/10.3917/res.141.0179>

²⁰¹ Runcie, D. (2023). The diminishing returns of celebrity and star power. *Trapital*. <https://trapital.co/2023/02/07/the-diminishing-returns-of-celebrity-and-star-power/>

L'intérêt de se produire en live pour un artiste est aussi, au-delà d'artistique, économique. Trapital prend l'exemple de la rémunération en festival²⁰² : lorsqu'un artiste est programmé pour un festival, cela lui permet de bénéficier des retombées financières garanties, et ce indépendamment de la taille de son audience. Trapital explique que, par conséquent, de plus en plus d'artistes axent leur stratégie de performance live sur la participation à des festivals plutôt que sur la vente de billets pour leurs propres concerts, une approche plus lente. Pour un artiste de moindre envergure, le festival vendra des billets quelle que soit sa prestation, car les participants viennent pour le festival en lui-même plutôt que pour un artiste en particulier. Étant donné que les festivals cherchent à toucher un large public, ils servent de point d'introduction pour de potentiels fans, ce qui accroît l'enjeu du *live*. Les concerts, qu'ils aient lieu en salle ou en festival, ont également un impact sur les chiffres de consommation, que ce soit en physique ou en streaming. Une relation de "codépendance"²⁰³ s'établit donc entre le live et le streaming : les artistes découverts ou vus en live vont ensuite être écoutés sur les plateformes de streaming, et inversement. Aujourd'hui, le live représenterait 75% du revenu des artistes contre 30% dans les années 80 selon le Wall Street Journal²⁰⁴. D'où l'intérêt pour les artistes de se produire en concert, et que l'on dise que leurs concerts sont de qualité. Car ce qui est certain, c'est que les performances live des artistes influencent la perception qu'ont les médias, les professionnels de l'industrie et le public d'eux. Dans une étude néerlandaise sur le rôle de la réputation dans la construction de carrière des artistes²⁰⁵, plusieurs artistes ont été interrogés sur les jalons essentiels constituant leur réputation. Selon ces personnes, le fait de proposer de bonnes performances live et d'être perçu comme disposant d'intérêt commercial en étant un "vendeur de tickets" est essentiel à leur réputation. En effet, lorsqu'un artiste monte sur scène, il s'expose à des centaines voire des milliers de spectateurs, dont il est le centre de l'attention. Pour plaire aux spectateurs, la performance se devra de réunir certains critères que nous avons énumérés dans une partie précédente, comme le travail de la scénographie, l'ambiance etc. En effet, selon une étude du CNM sur le rapport de la Gen Z au live, 48% d'entre eux attendent qu'un concert leur fasse vivre une performance qu'ils jugent "unique"²⁰⁶.

202 *Ibid.*

203 Naveed, K., Watanabe, C., & Neittaanmäki, P. (2017). Co-evolution between streaming and live music leads a way to the sustainable growth of music industry – lessons from the US experiences. *Technology in Society*, 50, 1-19. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.03.005>

204 Steele, A. (2019, 26 décembre). Why concert tickets are so expensive. *WSJ*. https://www.wsj.com/articles/why-concert-tickets-are-so-expensive-11577371024?mod=hp_lead_pos13

205 Everts, R., Berkers, P., & Hitters, E. (2022). Milestones in music : reputations in the career building of musicians in the changing Dutch music industry. *Poetics*, 92, 101647. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2022.101647>

206 CNMlab. (2023). *Musique live et Génération Z, Enjeux et perspectives*. <https://cnmlab.fr/onde-courte/musique-live-et-generation-z-enjeux-et-perspectives/>

De plus, comme nous l'avons vu précédemment, les extraits de concerts des artistes sont très relayés, surtout depuis l'avènement du smartphone et des réseaux sociaux. En cas d'imprévu ou de raté lors de leur prestation, les artistes sont encore plus exposés aux critiques. Judith Amsallem souligne : "chaque faux pas est documenté, en plus par des gens qui ne sont pas des professionnels. Ils peuvent donc en faire leur propre interprétation, le poster de la manière qu'ils veulent, voire même déformer ce qui s'est passé". Lors de certains concerts, des événements négatifs peuvent se produire et altérer la réputation d'un artiste. C'est le cas de Travis Scott. A l'origine, il est reconnu comme l'un des artistes dont les concerts sont les plus extrêmes, cela fait partie de sa narration. Dans son documentaire *Look mom I can fly* sorti en 2019, lorsque les fans s'expriment au début sur les concerts de Travis, l'un d'entre eux dit, en parlant d'une fille venue assister au concert : "elle n'a pas survécu à Rodeo. Ce n'est pas pour tout le monde", tandis que le documentaire projette l'image d'une fan montant dans une ambulance en fauteuil roulant²⁰⁷. En 2021, il organise la troisième édition de son festival Astroworld à Houston, qui rassemble plus de 50 000 spectateurs. Lors de son concert, au moment où il reçoit le rappeur Drake sur scène, un mouvement de foule se crée, des spectateurs tombent et se font piétiner, d'autres font des arrêts cardiaques. Le bilan est lourd : 10 morts et des centaines de blessés. Si des failles dans le système de sécurité ont été relevées par l'enquête, de nombreuses personnes reprochent à l'artiste sa négligence, et d'encourager régulièrement le public à ne pas respecter les normes de sécurité. Suite à ce drame, le rappeur voit les festivals le déprogrammer, Nike et Dior reportent leur collaboration avec lui et Epic Games rompt son deal avec l'artiste²⁰⁸. Les médias s'interrogent alors : Travis Scott et sa réputation pourront-ils s'en relever ? Deux ans plus tard, l'artiste bat des records de ventes avec son nouvel album *Utopia*, qu'il écoule à presque 500 000 exemplaires en première semaine, avec 93 000 vinyles vendus²⁰⁹, un chiffre rare pour les albums de rap. Il aura donc suffi de quelques mois d'absence médiatique et d'un retour progressif dans la musique et la mode pour que l'artiste puisse redorer son image. Les Rolling Stones ont eux aussi connu un drame du genre en 1969, alors qu'ils organisaient leur festival à Altamont, en Californie. Meredith Hunter, un spectateur noir de 18 ans, se fait poignarder par l'un des membres du service d'ordre du festival. Dans ces différents cas de figure, nous pouvons constater que malgré des performances ratées, parfois des drames, les *rock stars* restent appréciées de leurs fans et suivies par de larges audiences.

²⁰⁷ Voir annexe n°8

²⁰⁸ Pauwel, A. (2022, 14 novembre). Tragédie d'Astroworld : Travis Scott, tout oublié, tout pardonné ? *Kikikickz*. <https://kikikickz.com/blogs/infos/travis-scott-astroworld-enquete-proces-tragedie-drame-actu>

²⁰⁹ *Travis Scott signe un nouveau record historique avec son album « Utopia »*. (s. d.). *chartsinfrance.net*. <https://www.chartsinfrance.net/Travi-Scott-feat-TI-and-2-Chainz/news-125843.html>

Simon Frith souligne également l'importance du *live* dans l'attribution à un artiste par les auditeurs de l'étiquette de l'authenticité. L'authenticité peut être définie comme une “valeur profonde dans laquelle un être s’engage et exprime sa personnalité”²¹⁰. Selon lui, l'authenticité est une valeur très importante dans les musiques populaires comme le rock ou le jazz, car l'industrie musicale “s’est construite sur l’assimilation de la musique enregistrée à de la musique *live*”²¹¹. Ainsi, si l'artiste ne performe pas bien en live, il est plus susceptible d’être “faux” et de procurer une musique qui n’est pas jugée “sincère” . Dans le rap, la notion d'authenticité est d'autant plus importante qu'elle relève d'une double logique : celle de la crédibilité, c'est-à-dire être reconnu comme “légitime par l'expérience vécue”, et celle de la sincérité, c'est-à-dire être reconnu comme “légitime par la transparence du récit du sujet”²¹². L'authenticité est une qualité qui peut donc être attribuée à certains artistes ou certaines œuvres, et qui est recherchée par le public. Lorsque celui-ci ne perçoit pas l'authenticité recherchée, il peut attribuer ce problème aux acteurs de l'industrie musicale. En effet, certains artistes sont régulièrement qualifiés d'*industry plants*, terme que le magazine Far Out définit ainsi : “il s'agit d'un artiste dont le développement se fait à l'abri du regard du public. Alors que la grande maison de disques minimise son influence, elle affine discrètement l'artiste pour en faire une star. Si l'ascension vers la célébrité peut sembler organique, elle a en fait été méticuleusement planifiée par une grande maison de disques (...) L'*industry plant* n'est qu'une marionnette dont le succès est dû au fait que quelqu'un de haut placé dans l'industrie musicale s'est assuré qu'elle avait les bonnes relations”²¹³. Ce discours, qui semble positionner les maisons de disques comme des usines fabriquant des produits de masse, est pourtant à nuancer, et ce pour deux raisons selon Arnaud Collet et Judith Amsallem, que nous avons interrogé lors d'entretiens. La première étant qu'aujourd'hui, les artistes sont la plupart du temps “très autonomes”. Selon leurs compétences, entourage, et grâce aux technologies, ils peuvent déjà être capables d'enregistrer, produire et diffuser eux-mêmes leur musique, gérer leur communication via les réseaux sociaux ou choisir leur manière de s'habiller. Ils peuvent aussi déjà avoir commencé à créer leur “univers” et leur *storytelling*, c'est-à-dire l'histoire qu'ils vont raconter à propos de leur personnalité ou projet. L'important étant de les aider à le développer pour les différencier de la concurrence parfois rude. Les maisons de disques sont là pour “être un partenaire de

²¹⁰ AUTHENTICITÉ : définition de AUTHENTICITÉ. (s. d.). <https://www.cnrtl.fr/definition/authenticit%C3%A9>

²¹¹ Frith, S. (2007). La musique live, ça compte. . . *Réseaux*, n° 141-142(2), 179. <https://doi.org/10.3917/res.141.0179>

²¹² Bressaud, G. (2022). Portrait de l'artiste en rappeur. Parler de soi dans un morceau de rap. *Le Temps des médias*, 38, 126-138. <https://doi-org.accesdistant.sorbonne-universite.fr/10.3917/tdm.038.0126>

²¹³ Kemp, S.. (2022, 26 avril). What is an « industry plant » ? *Far Out Magazine*. <https://faroutmagazine.co.uk/what-is-an-industry-plant/>

développement, et donc proposer des choses, amener des idées, voire des moyens financiers, présenter des partenaires créatifs, ouvrir un réseau de *beatmakers*, faciliter des *feats* avec d'autres artistes..." selon Judith Amsallem. Elle souligne tout de même que, les apports de la maison de disques peuvent partiellement influencer un artiste et sa musique, mais avant tout que l'artiste reste "celui qui a le dernier mot" sur sa stratégie. Il a donc la main sur l'image qu'il souhaite véhiculer à ses fans.

Le deuxième élément qui nous permet de nuancer le discours sur les *industry plants* est celui des audiences. En effet, elles sont, pour les deux professionnels de l'industrie que nous avons interrogés, le point de départ de toute stratégie marketing liée à un artiste. Ce sont elles qu'il s'agit de convaincre et de maintenir attentives sur les actualités de l'artiste, notamment par le biais de la création de contenus. Les maisons de disques, comme c'est le cas chez Sony Music, développent et utilisent de plus en plus d'outils d'analyse de données sur les audiences - démographie, modes de vie, aspirations etc. - afin de mieux les comprendre et de répondre à leurs attentes. Aujourd'hui, on ne peut donc "tromper" ces audiences en créant de toute pièce un positionnement, une image qui n'existe pas derrière l'artiste car "le public sait détecter ce qui est authentique ou non" pour Judith Amsallem. Ainsi, la *rock star* ne peut être un produit fabriqué de toute pièce. Si elle plaît aux fans, c'est avant tout grâce à sa musique, son charisme et l'aspect authentique qu'elle dégage. Puisque l'image de *rock star* passe en partie par ses performances scéniques qui ont lieu en temps réel, la *rock star* ne peut tricher sur ses habilités à se produire en live et à dégager une certaine aura.

Avec ce dernier axe de recherche, nous avons pu comprendre quelles étaient les différentes dynamiques marchandes qui pouvaient s'articuler autour de la *rock star* et de ses concerts. Le concert est d'abord une source de revenu non négligeable, et la bonne tenue de celui-ci peut impacter à la fois la réputation et la notoriété de l'artiste - affirmer sa qualité artistique et le faire connaître à un nouveau public -, mais aussi la consommation de musique - physique ou en streaming -, générant ainsi des revenus supplémentaires. L'artiste peut aussi choisir de proposer des produits dérivés à ses fans pour percevoir encore d'autres revenus, mais aussi pour que les fans diffusent par eux-mêmes l'image de l'artiste. En effet, les fans sont demandeurs de produits dérivés pour pouvoir affirmer leur appartenance à une communauté et leurs goûts musicaux, qui reflètent une partie de leur personnalité. Le merch permet également

la circulation du mythe de *rock star* dans la société, grâce à un support supplémentaire pour l'image de l'artiste qui est remédiée sur différents objets. Avec la professionnalisation des moyens techniques pour produire un concert, les artistes peuvent produire des shows toujours plus techniques, parfois extravagants, et devant des publics de plus en plus larges, et ainsi asseoir leur image de *rock star* dans l'esprit collectif. Si le concert, moyen d'expression de la *rock star*, est un objet fabriqué par l'industrie musicale dans le but de générer des revenus, la *rock star* n'est pas pour autant un objet fabriqué de toute pièce. En effet, le mythe de la *rock star* réside dans une forme d'authenticité, de personnalité hors-du-commun que les professionnels de l'industrie musicale ne peuvent façonner. Notre hypothèse, qui était la suivante "la *rock star* est un type d'artiste qui répond à des logiques mercantiles, dans le rap comme dans le rock. C'est pour cela que ce mythe est toujours remédié par les artistes rap aujourd'hui, notamment par le biais des concerts" reste à nuancer dans la mesure où, bien que le live soit un mode de représentation qui a des enjeux économiques, et que les rappeurs peuvent se réapproprier des codes de la *rock star* pour marquer davantage le public, ils restent avant tout avant tout un artiste, dont la musique et la personnalité parlent en premier, et qui se construit grâce à l'affection des fans pour elle.

Conclusion

Ce travail de recherche nous a permis d'aborder l'un des mythes les plus présents dans l'histoire des musiques populaires, celui de la *rock star*, et de comprendre comment celui-ci se crée et circule dans la société et la culture populaire. La *rock star* est une déclinaison du concept de *star*, une personne qui dispose d'une certaine renommée dans un domaine comme le sport, le cinéma ou dans le cadre de notre sujet, la musique. A l'origine, le terme *rock star* est attribué à partir des années 50 aux chanteurs de rock, qui sont les premiers artistes musicaux à bénéficier de la même célébrité que les stars de cinéma. Dans notre mémoire, nous avons pu voir que la qualification de *rock star* pouvait en fait s'appliquer à des artistes qui ne pratiquaient pas forcément la musique rock, notamment aux rappeurs. Car ce qui fait l'essence de la *rock star* n'est pas uniquement la musique, mais la combinaison d'éléments musicaux, sociaux et culturels créant un artiste hors-du-commun. Si les artistes rap peuvent s'inspirer du rock dans la structure musicale en elle-même - paroles et instruments - par un processus de réappropriation, notamment avec les procédés du *sampling* ou du *featuring*, d'autres critères entrent en jeu. L'un des critères principaux que nous avons relevé est celui de l'aura, une certaine forme de charisme qui permet à la *rock star* d'être appréciée et soutenue par une large audience, parfois même déifiée.

Être une *rock star* se traduit également par des attributs physiques comme la tenue vestimentaire : la *rock star* a un style particulier, synonyme d'une époque et capable d'influencer des modes dans la société. Nous avons noté que les rappeurs se réapproprient régulièrement les pièces du dressing des rockeurs comme le blouson en cuir, justement pour recréer cette image de *rock star*. Enfin, l'attitude rebelle est essentielle au mythe de *rock star* : le rock étant fondé sur la contestation de la société et de ses règles, avoir une attitude qui la défie est indispensable. Cela peut notamment se traduire, selon les artistes, par des excès en tous genres - sexe, drogues, alcool. Ces différents critères se retrouvent au final aussi bien chez les rappeurs que chez les rockeurs, ce qui permet d'identifier les rappeurs comme des sortes de rock stars 2.0. Si le rock et le rap étaient à l'origine des musiques contre-culturelles, elles sont progressivement devenues mainstream, et ce, à des moments différents. Leur popularité croissante a permis de faire naître des figures phares qui circulent dans la culture populaire, en l'occurrence la *rock star*. De plus, notre premier axe de recherche nous a permis de comprendre l'importance des esthétiques dans les choix de consommation musicale des audiences, qui ont de moins en moins le besoin de se définir par un style musical précis. En effet, pour les jeunes

auditeurs surtout, l'attachement à un artiste, à son mode de vie et aux valeurs qu'il promeut sont des critères de sélection plus importants que le style musical. Nous pouvons alors confirmer notre première hypothèse : le mythe de la rock star existe aussi bien dans le rap que dans le rock car la rock star est plus à propos d'une esthétique et d'un ensemble de références socio-culturelles que de la musique.

Le médium que nous avons choisi d'étudier dans ce mémoire est plus précisément celui du concert. Se produire en *live* est un élément constitutif de la mythologie rock et plus largement des musiques populaires, dont le rap fait aussi partie. Pour qu'un concert soit qualifié de "concert de *rock star*", il doit être composé de plusieurs paramètres que nous avons pu relever dans notre corpus de vidéos : les instruments de musique par exemple. Ils sont utilisés dans leur fonction première par les rockeurs, c'est-à-dire pour générer la musique. Chez les rappeurs, les instruments peuvent être présents par moment, dans une fonction de représentation. Les instruments permettent à ces derniers de signifier qu'eux aussi, à la manière des rockeurs, sont des rock stars. Les performances s'accompagnent aussi parfois de chorégraphies, qui permettent aux artistes de créer un moment fort lors du concert et de créer un code supplémentaire pour les identifier. Enfin, les prestations scéniques sont ponctuées de moments cathartiques, c'est-à-dire des moments dans lesquels les artistes et le public peuvent se décharger de leurs émotions grâce à la musique et aux mouvements physiques qui l'accompagnent. Ces différents critères sont constitutifs de ce qu'Andy Battentier appelle un *script*, une sorte de trame censée traduire l'univers de l'artiste à travers sa performance.

Nous avons pu également voir que le concert est un temps fort de la relation fan-artiste, car il permet à celle-ci de se concrétiser lors d'un événement spécial. Un contrat se lie alors entre ces deux parties : l'artiste est présent pour délivrer une performance de qualité qui satisfait les fans. Les fans quant à eux, sont là pour encourager l'artiste, et ainsi l'aider à "booster" sa performance. C'est à ce moment-là que se crée le sentiment d'effervescence au sein de la foule. Le concert est également le moment où les fans se réunissent entre eux pour manifester leur intérêt pour la *rock star* et leur engagement auprès de leur artiste favori, dans la mesure où ils rémunèrent leur artiste et viennent afficher leur soutien publiquement. Avec l'évolution des technologies, les manières dont un artiste peut se présenter médiatiquement au public vont être démultipliées. En effet, chaque média ou appareil nouveau entraîne une modification du

rapport entre un artiste et son fan. Nous avons pu remarquer dans nos recherches que le smartphone et les réseaux sociaux avaient apporté de nouveaux enjeux dans la captation vidéo et médiatisation des artistes, mais aussi dans le format du concert en lui-même. Avec le smartphone, le fan a tendance à filmer de plus en plus les performances, puis les évalue, avec d'autres internautes, en les postant sur les réseaux sociaux. Pour cette raison, le concert peut être considéré comme "médiagénique" pour reprendre l'expression de Philippe Marion, c'est-à-dire qu'il a une forte propension à être diffusé sur différents supports médiatiques. Le fan n'est pas qu'un auditeur passif, mais un créateur actif dans le processus de médiatisation de l'artiste. Il pratique ce que Michel de Certeau appelle le "braconnage culturel". Le format du *livestreaming* est aussi une nouvelle opportunité pour les artistes, qui peuvent toucher de nouvelles audiences en se produisant dans des espaces virtuels qui rassemblent plus de personnes. Les professionnels de l'industrie musicale s'adaptent progressivement à ces nouvelles demandes pour proposer de nouvelles expériences de *live*. Notre seconde hypothèse, qui est que "le mythe de la *rock star* existe encore et se renouvelle grâce à des fanbases ultra engagées se regroupant lors de concerts qui sont des expériences médiagéniques", peut donc être validée puisque nous avons pu constater que les fans célébraient la *rock star* lors d'événements-clés comme les concerts, qu'ils s'attachent à relayer sur leurs propres médias. Dans le cadre de notre sujet, nous pouvons nous demander si le développement et l'amplification de ces nouvelles médiatisations permettront autant aux artistes de véhiculer une image de *rock star* que lors des concerts physiques. De plus, le caractère extraordinaire de la *rock star* ne peut-il pas être déconstruit par les images qui circulent d'elle sur les réseaux sociaux et qu'elle ne contrôle pas ?

Enfin, notre troisième partie du mémoire nous a permis de constater les logiques marchandes qui s'articulent autour des événements *live*, concerts en salle comme festivals. Ils sont en effet une source de revenus non négligeable pour les artistes, surtout depuis la conversion du modèle économique de l'industrie musicale du disque au streaming. Pour attirer de plus en plus de publics aux concerts, l'industrie musicale a développé et renforcé les infrastructures pour accueillir de nombreux fans et créer des prestations scéniques de plus en plus impressionnantes. Concernant la mise en scène, nous avons pu déterminer deux écoles chez les artistes que nous avons analysées : d'une part, ceux qui accentuent leur côté *rock star* avec une mise en scène très travaillée, des éléments de décor et des jeux de lumière extravagants afin d'impressionner le public. Au contraire, certains artistes préfèrent les mises

en scène plus dépouillées, dans lesquelles seule la performance musicale compte. Ce qui est certain, en faisant une rétrospective des prestations analysées, c'est que depuis les années 1950, les tailles et les normes de sécurité des scènes sur lesquelles se produisent les artistes ont complètement évolué, se professionnalisant de plus en plus et accueillant davantage de public. Parmi les revenus générés par le *live*, les artistes peuvent compter sur le *merch*. Pour les fans, le *merch* est un moyen supplémentaire de soutenir l'artiste, mais aussi de prouver son existence au sein de la communauté de fans. En créant des produits dérivés contenant l'image de la rock star, l'industrie musicale participe à ce qu'Yves Jeanneret appelle la *mise en trivialité de l'objet culturel* qu'est la *rock star*. Ces produits génèrent la circulation dans l'espace social de l'image de l'artiste et contribue ainsi à la diffusion du mythe dans l'esprit collectif. Cependant, malgré les logiques marchandes qui s'appliquent à ces événements et tournent autour de la figure de l'artiste-rock star, on ne peut affirmer que la rock star est elle aussi un produit fabriqué de toute pièce. C'est pourquoi nous tenons à nuancer notre dernière hypothèse : "la *rock star* est un type d'artiste qui répond à des logiques mercantiles, dans le rap comme dans le rock. C'est pour cela que ce mythe est toujours remédié par les artistes rap aujourd'hui, notamment par le biais des concerts". En effet, bien qu'un artiste dispose souvent d'une stratégie marketing autour de son projet et qu'il puisse cultiver son image de rock star aux yeux du public par différents moyens qui sont "planifiés", l'authenticité reste une valeur recherchée par le public chez n'importe quel artiste.

Si nous nous sommes attachés dans ce sujet à démontrer les similitudes entre rockeurs et rappeurs, leur permettant d'avoir le même statut de *rock star* malgré des genres musicaux différents, nous devons tout de même souligner deux points. D'abord, la manière dont les rappeurs sont des *rock stars* aujourd'hui relève davantage de la réappropriation d'un concept, avec des apports nouveaux dépendant des tendances du moment, des nouvelles technologies etc. que de l'application d'une "recette" qui fonctionne à tous les coups. Certaines caractéristiques sont communes d'un artiste à l'autre malgré les styles et époques différents, tandis que d'autres se retrouvent uniquement sur un type précis d'artistes. Ensuite, nous avons comparé des artistes rock ayant une carrière longue ou ayant marqué une époque bien spécifique et considérés dans l'imaginaire collectif comme des rock stars, avec des rappeurs dont la carrière est relativement récente - maximum 15 ans environ - eux aussi considérés à ce jour médiatiquement comme les nouvelles *rock stars*. Nous pouvons donc nous demander si les rappeurs que nous avons choisis dans ce corpus auront une carrière toute aussi longue et seront toujours considérées comme des *rock stars* dans quelques années. Deviendront-ils eux

aussi des mythes qui durent dans le temps ? En effet, comme le souligne l'ouvrage *L'invention de la rock star : les Rolling Stones dans l'imaginaire social*, une œuvre - ici, nous parlerons d'un artiste - peut accéder au statut de mythe si son influence sur l'imaginaire collectif a été à la fois immédiate et durable. L'ouvrage reprend également une théorie de Mircea Eliade, qui consiste à dire que les œuvres relevant du mythe peuvent accéder au "grand temps" ou "temps mythique" si elles s'affranchissent de leur cadre historique²¹⁴. Les artistes rock de notre corpus, d'Elvis Presley à Nirvana en passant par les Rolling Stones, ont su s'affranchir de leur cadre historique car ils sont aujourd'hui encore vus comme des mythes, en l'occurrence des rock stars. Il nous reste donc à voir si les rappeurs qui sont considérés comme des *rock stars* aujourd'hui pourront accéder eux aussi au "temps mythique".

Pour explorer davantage notre sujet, nous pouvons nous interroger sur les prochains artistes à être considérés comme des *rock stars* dans la culture populaire, dans la mesure où il s'agit d'un mythe voué à perdurer et à se renouveler. Dans notre sujet, nous avons traité des rappeurs américains qui disposent des mêmes qualités que les *rock stars* originelles, en faisant les *rock stars* d'une nouvelle époque. En France, certains rappeurs se prêtent au jeu de la réappropriation des codes visuels et musicaux de la *rock star*, comme Youv Dee qui a proposé un album 100% rock à ses fans, et qui s'habille en reprenant les esthétiques punk ou metal. Cependant, son projet semble avoir peu convaincu son audience initiale, attachée au rap, et une audience potentielle, qui juge cette réinterprétation du rock quelque peu caricatural. Ce qui pose la question de l'efficacité de la réappropriation des codes de la *rock star*. D'autres rappeurs français pourraient être considérés comme des *rock stars* dans la mesure où ils disposent d'une personnalité disruptive et d'une grande notoriété, et sont capables de captiver des foules entières grâce à leur charisme et leur énergie, comme c'est le cas d'un artiste comme Gazo récemment. A échelle mondiale, nous pouvons nous questionner sur l'apparition de nouvelles *rock stars* liées à l'émergence de certains courants musicaux : la K-Pop venue de Corée du Sud et l'Afrobeats né au Nigéria sont des courants musicaux qui s'étendent progressivement dans le monde, et dont les têtes d'affiche remplissent des stades entiers partout sur la planète et se positionnent au sommet des *charts*. A titre indicatif, le top 10 des artistes K-Pop a généré sur

²¹⁴ Boucher, F-E. David, S. Prévost (2014). *L'invention de la rock star : les rolling stones dans l'imaginaire social* (Quand la philosophie fait pop !). Presses Universitaires de Laval. <https://doi.org/10.4000/communication.6825>

la plateforme de streaming Spotify plus de 16,5 milliards de *streams* en 2022²¹⁵, tandis que les *fandoms* sont extrêmement puissants, notamment sur les réseaux sociaux. Enfin, nous pourrions aussi nous demander s’il existe vraiment une différence entre la notion de *pop stars* comme Taylor Swift ou Beyoncé, et la notion de *rock stars* que nous avons abordée dans notre travail de recherche, dans la mesure où les *pop stars* ont de nombreuses caractéristiques communes à la rock star : l’aura, la capacité de rassembler des milliers de fans lors de concerts, le fait qu’elles soient elles aussi considérées comme des icônes de la musique populaire...

²¹⁵ Moon-Hee, C. (2022, 1 décembre). *Discover how the world listened to k-pop this year*. Businesskorea.
<https://www.businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=105118>

Bibliographie

Livres

Assayas, M. (2014). *Le nouveau dictionnaire du rock : blues, country, électro, folk, hip-hop, metal, pop, reggae, rock'n'roll, rock indépendant, soul.*

Boucher, F., David, S., & Prévost, M. (2014). *L'invention de la rock star : les Rolling Stones dans l'imaginaire social.* Editions Hermann.

Buxton, D. (1985). *Le rock, star système et société de consommation.* Dans HAL (Le Centre pour la Communication Scientifique Directe). French National Centre for Scientific Research. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01913719>

Chastagner, C. (2011). *De la culture rock.* <https://doi.org/10.3917/puf.chast.2011.01>

Espitallier, J. (2022). III. Mythes, légendes & comptes de fées. Dans : , J. Espitallier, *Du rock, du punk, de la pop et du reste* (pp. 61-68). Pocket.

Forman, M. (2002). *The 'Hood comes first : race, space, and place in rap and Hip-Hop.* <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BA58587394>

Gelder, K. (2005). *The Subcultures Reader.* Psychology Press.

Hebey, J., & Eclimont, C. (2018). *Le grand livre du pop !*

Lemonnier, B. (1995). *L'Angleterre des Beatles : une histoire culturelle des années soixante.*

Reynolds, S., & Press, J. (1995). *The sex revolts : Gender, Rebellion, and Rock « n » Roll.* Harvard University Press.

Treleani M., (2016). *Yves Jeanneret, Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir.* Editions Non Standard, 2014, 784 pages. Actes Sémiotiques, (119). <https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/5636>

Articles de revues universitaires

Attah, T. (2013). Mark Duffett (ed.), Popular Music and Society “Fandom” issue. *Volume !*, 10 : 1, 320-322. <https://doi.org/10.4000/volume.3873>

Augrand, A. (2020). La dance culture, une mondialisation réussie. *Hermès, La Revue*, 86, 249-256. <https://doi-org.accesdistant.sorbonne-universite.fr/10.3917/herm.086.0249>

Baker, H. A., & Rose, T. (1995). Black Noise : rap music and Black culture in contemporary America. *African American Review*, 29(4), 671. <https://doi.org/10.2307/3042161>

Battentier, A. (2021). Le genre musical comme prisme d’analyse de la distribution des responsabilités esthétiques d’une performance musicale. *Volume !*, 18 : 1, 19-36. <https://doi.org/10.4000/volume.8973>

Bernard, N. (2014). Les festivals, d’hier et d’aujourd’hui. Festivals, rave parties, free parties : histoire des rencontres musicales actuelles, en France et à l’étranger. *L’Observatoire*, 44 : <https://doi.org/10.3917/lobs.044.0080>

Bressaud, G. (2022). Portrait de l’artiste en rappeur. Parler de soi dans un morceau de rap. *Le Temps des médias*, 38, 126-138. <https://doi-org.accesdistant.sorbonne-universite.fr/10.3917/tm.038.0126>

Butler, J. (2010). Œuvres musicales, reprises et Strange little girls. *Volume !*, 7 : 1, 41-72. <https://doi.org/10.4000/volume.901>

Bourdaa, M. (2016). La promotion par les créations des fans: Une réappropriation du travail des fans par les producteurs. *Raisons politiques*, 62, 101-113. <https://doi.org/10.3917/rai.062.0101>

Comicalités. (2014). Les dynamiques hégémoniques dans la culture populaire. *Le carnet de Comicalités*. <https://graphique.hypotheses.org/199>

Dauncey, H., & Tinker, C. (2014). La nostalgie dans les musiques populaires. *Volume !*, 11 : 1, 7-17. <https://doi.org/10.4000/volume.4199>

Derbaix, M., & Korchia, M. (2019). Individual Celebration of Pop Music Icons : a study of music fans relationships with their object of fandom and associated practices. *Journal of Consumer Behaviour*, 18(2), 109-119. <https://doi.org/10.1002/cb.1751>

Deuff, O. L. (2017). Yves JEANNERET (2014), critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir. *Communication*, vol. 34/2. <https://doi.org/10.4000/communication.7131>

Dipiero, D., & Garnier, S. (2022). Around Again : Nostalgie dans la musique populaire. *Audimat*, N° 17(2), 137-162. <https://doi.org/10.3917/audi.017.0137>

Djavadzadeh, K. & Raboud, P. (2016). Introduction - Le populaire est-il soluble dans les industries culturelles : courants dominants et contraires des cultures populaires. *Raisons politiques*, 62, 5-20. <https://doi-org.accesdistant.sorbonne-universite.fr/10.3917/rai.062.0005>

Everts, R., Berkers, P., & Hitters, E. (2022). Milestones in music : reputations in the career building of musicians in the changing Dutch music industry. *Poetics*, 92, 101647. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2022.101647>

Fantin, E. & Le Hégarat, T. (2016). L'Âge d'or. *Le Temps des médias*, 27, 5-15. <https://doi.org/10.3917/tdm.027.0005>

Ferrand, L. (2009). Comprendre les effervescences musicales. L'exemple des concerts de rock. *Sociétés*, 104, 27-37. <https://doi-org.accesdistant.sorbonne-universite.fr/10.3917/soc.104.0027>

Fischer, P.D. (2021). What's So Funny 'bout Musical Idols? *Academia Letters*, Article 331. <https://doi.org/10.20935/AL331>.

Freitas, F. (2011). "Blackness à la demande". production narrative de l'"authenticité raciale" dans l'industrie du rap américain. *Volume !*, 8 : 2, 93-121.

<https://doi.org/10.4000/volume.2696>

Frith, S. (2007). La musique live, ça compte. . . *Réseaux*, n° 141-142(2), 179.

<https://doi.org/10.3917/res.141.0179>

Frith, S., & Ribac, F. (2018). À propos du rock progressif : étiquetages, histoires, mise en spectacle et transformations du rock. *HAL (Le Centre pour la Communication Scientifique Directe)*. <https://hal.science/hal-02423933>

Harkins, P. (2012). La transmission perdue et retrouvée: Le sampler comme outil de composition et de décontextualisation de l'enregistrement. *Réseaux*, 172, 92-118. <https://doi-org.accesdistant.sorbonne-universite.fr/10.3917/res.172.0092>

Heuguet, G. (2014). Le smartphone et le concert. *Esprit*, Novmbr(11), 125.

<https://doi.org/10.3917/espri.1411.0125>

Holt, F. (2018). Les vidéos de festivals de musique : une approche « cérémonielle » de la musique en contexte médiatique. *Volume !*, 14 : 2, 211-225.

<https://doi.org/10.4000/volume.5599>

Inglis, I., & Wilkins, C. (2016). L'histoire, l'endroit et le moment : le déclenchement de la British invasion. *Volume !*, 12 : 2, 87-107. <https://doi.org/10.4000/volume.4842>

Joux, A. (2020). Le streaming musical, un révélateur des enjeux de la diversité culturelle.

Hermès, La Revue, 86, 275-282. <https://doi-org.accesdistant.sorbonne-universite.fr/10.3917/herm.086.0275>

Juan, M. & Picard, N. (2012). Célébrité, gloire, renommée: Introduction à l'étude historique du fait d'«être connu de ceux que l'on ne connaît pas ». *Hypothèses*, 15, 87-96.

<https://doi.org/10.3917/hyp.111.0087>

- Le Bart, C. (2004). Stratégies identitaires de fans: L'optimum de différenciation. *Revue française de sociologie*, 45, 283-306. <https://doi.org/10.3917/rfs.452.0283>
- Lebrun, C. (2005). Fonctions métaphorique et métonymique du vêtement. *Adolescence*, 233, 613-626. <https://doi.org/10.3917/ado.053.0613>
- Lemonnier, B. (1995). L'Angleterre des Beatles : une histoire culturelle des années soixante. Les festivals, d'hier et d'aujourd'hui. (2014). *L'Observatoire*, 44(1), 80. <https://doi.org/10.3917/lobs.044.0080>
- Liotard, P.. (2014, 2 juin). Patrimoine de la masculinité : sexe and sport and rock'n roll. Espaces réflexifs, situés, diffractés et enchevêtrés. *Hypothèses*. <https://reflexivites.hypotheses.org/5608>
- Martin, D. (2014). Attention, une musique peut en cacher une autre. *Volume !*, 10 : 2, 47-67. <https://doi.org/10.4000/volume.3993>
- Mullen, J. (2017). UK popular music and society in the 1970s. *Revue française de civilisation britannique*, 22(hors-série). <https://doi.org/10.4000/rfcb.1695>
- M.R.Schiele. (s. d.). Roland Barthes, Système de la mode (1967). Sartoria. <https://sartoria.hypotheses.org/825>
- Moore, R. T. (2012). « Break on Through » : Contre-culture, musique et modernité dans les années 1960. *Volume!*, 9 : 1, 33-49. <https://doi.org/10.4000/volume.3022>
- Naveed, K., Watanabe, C., & Neittaanmäki, P. (2017). Co-evolution between streaming and live music leads a way to the sustainable growth of music industry – lessons from the US experiences. *Technology in Society*, 50, 1-19. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.03.005>
- Olivier, E. (2004). Performance musicale et situation sociale : Analyse de deux mises en forme d'un chant ju|'hoan de Namibie. *Cahiers de musiques traditionnelles*, 17, 65. <https://doi.org/10.2307/40240519>

Pomel, F. (2017). Quand le vêtement fait signe. Le roman de la rose et l'écriture allégorique des parures. *Sociopoétiques*. <https://doi.org/10.52497/sociopoetiques.496>

Schaap, J., van der Waal, J. and de Koster, W. (2022), Black Rap, White Rock: Non-Declarative Culture and the Racialization of Cultural Categories. *Sociol Inq*, 92: 1281-1305. <https://doi.org/10.1111/soin.12461>

Small, C. (2019). « Prélude : musique et musiquer » . *Volume !* , 15 : 2, 139-151. <https://doi.org/10.4000/volume.6593>

Soulé, B. (2007). Observation participante ou participation observante ? Usages et justifications de la notion de participation observante en sciences sociales. *Recherches qualitatives*, 27(1), 127. <https://doi.org/10.7202/1085359ar>

Spanu, M., & Rudent, C. (2022). La captation et ses paradoxes. Réflexions sur la mise en vidéo des concerts à l'ère de la plateformes de la musique. *Communiquer*, 35, 101-120. <https://doi.org/10.4000/communiquer.9958>

Mémoires et thèses

Akbarali, H. Emeriaud, E. Sarriaud, E. Thiry, M (2021). *La construction d'une mythologie contemporaine de la rue à travers l'esthétique musico-visuelle des clips de PNL* [Mémoire non publié].

Cours

Escande-Gauquie, P. (2023). *Sémiologie du cinéma - La voiture dans le cinéma* [PDF].

Conférences

Département de l'Audiovisuel de la BnF, association Décibel. (19 juin 2009). Les 40 ans du festival de Woodstock [Conférence]. Bibliothèque nationale de France - Petit Auditorium, Hall Est. URL : <https://journals.openedition.org/afas/1182>

Articles de presse en ligne

Abiade, Y. (2020, août 31). Jay-Z, Glastonbury 2008 : Diamonds in the sky for rap's greatest showman. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/music/2020/aug/31/jay-z-glastonbury-2008-diamonds-in-the-sky-for-raps-greatest-showman>

Banks, A. (2019). An exhaustive timeline of the most important dates in music Merch history. *Highsnobiety*. <https://www.highsnobiety.com/p/music-merch-history/>

Behr, A. (s. d.). 40 years of MTV : the channel that shaped popular culture as we know it. *The Conversation*. <https://theconversation.com/40-years-of-mtv-the-channel-that-shaped-popular-culture-as-we-know-it-165365>

Berlinger, M. (2018, 27 janvier). How hip-hop fashion went from the streets to high fashion - Los Angeles Times. *Los Angeles Times*. <https://www.latimes.com/entertainment/la-et-ms-ig-hip-hop-fashion-streets-couture-20180125-htmllstory.html>

Brown, T. (2018). Rap : the new rock and roll — The Unaffiliated press. *The Unaffiliated Press*. <https://www.unaffiliatedpress.ca/article/2018/7/29/rap-the-new-rock-and-roll>

Bruner, R. (2018, 25 janvier). How rap became the sound of the mainstream. *Time*. <https://time.com/5118041/rap-music-mainstream/>

Butchart, A. (2016, 15 février). Un bref historique du blouson de cuir dans le rock. *Vice*. <https://www.vice.com/fr/article/r7bpwx/historique-perfecto-blouson-cuir-rock-n-roll-punk>

Butler, R. R. (2021, 4 février). Going live online : the state of live streaming and the opportunities for brands. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2021/02/04/going-live-online-the-state-of-live-streaming-and-the-opportunities-for-brands/?sh=442bc6ca4b97>

Dussert, M. (2022). « ; VaporWave ; », « ; Weirdcore ; » . . . plongée dans Aesthetics Wiki, cette « ; bible ; » des esthétiques d'Internet. *L'ADN*. <https://www.ladn.eu/mondes-creatifs/tendance-web-aesthetics-wiki-encyclopedie-esthetiques-internet/>

Dredge, S. (2023). Luminate says music streaming consumption grew by 25.6 % in 2022. *Music Ally*. <https://musically.com/2023/01/12/luminate-says-music-streaming-consumption-grew-by-25-6-in-2022/>

Evershed, M. (2019, 26 avril). les genres musicaux sont morts, la génération z les a tués. *Vice*. <https://www.vice.com/fr/article/597z88/les-genres-musicaux-sont-morts-la-generation-z-les-a-tues>

Fischer, G. (2020). Chapitre 7. L'identité sociale. Dans : , G. Fischer, *Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale* (pp. 237-266). Paris: Dunod.
<https://doi.org/10.3917/dunod.fisch.2020.01.0237>

Gorin, F. (2020, 8 décembre). 1967 : Drogues, orchidées et rock'n'roll au Festival de Monterey. *Télérama*. <https://www.telarama.fr/musique/1967-drogues-orchidees-et-rock-n-roll-au-festival-de-monterey,128952.php>

Haasch, P. (2020, 20 mai). Inside the immersive Minecraft music Festival that could set a precedent for the future of live entertainment. *Insider*. <https://www.insider.com/minecraft-music-festival-block-by-blockwest-bxbw-courier-club-2020-5>

Hardy, C. (2023, 5 mai). The biggest hip hop tours of all time. *HotNewHipHop*.
<https://www.hotnewhiphop.com/669189-biggest-hip-hop-tours>

Hip Hop Core - article : Emergence, evolution et histoire du rap. (2001).
<http://www.hiphopcore.net/articles/50-article-%20emergence-evolution-et-histoire-du-rap.html>

Hobbs, T. (2021, 11 juin). DMX, Woodstock '99 : a landmark for rap and American realism. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/music/2020/aug/12/dmx-woodstock-99-iconic-festival-set-rap-hip-hop>

Kemp, S.. (2022, 26 avril). What is an « industry plant » ? *Far Out Magazine*.

<https://faroutmagazine.co.uk/what-is-an-industry-plant/>

Kot, G. (2018, août 1). The hip-hop presence at Lollapalooza shows how far the genre has come. *Chicago Tribune*. <https://www.chicagotribune.com/entertainment/music/ct-ae-lolla-rap-0729-story.html>

Lagarde, Y. (2020, 10 mars). L’histoire oubliée de « la mère du hip-hop » , Cindy Campbell. France Culture. <https://www.radiofrance.fr/franceculture/l-histoire-oubliee-de-la-mere-du-hip-hop-cindy-campbell-6942924>

Love, C. (2023, 17 mars). Why are women so marginalised by the Rock & Roll Hall of Fame ? *the Guardian*. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/mar/17/why-are-women-so-marginalised-by-the-rock-roll-hall-of-fame>

Lynch, J. (2018, 4 janvier). For the first time in history, hip-hop has surpassed rock to become the most popular music genre, according to Nielsen. *Business Insider*. <https://www.businessinsider.com/hip-hop-passes-rock-most-popular-music-genre-nielsen-2018-1?r=US&IR=T>

Murphy, K. (2019, 14 juin). The 20 greatest hip-hop tours of all Time. *Andscape*. <https://andscape.com/features/the-20-greatest-hip-hop-tours-of-all-time/>

Newman, M. (2017, 22 mai). The Guy Who Made Concert Tees Cool Looks Back on 40 Years of Retail Hits. *Billboard*. <https://www.billboard.com/music/music-news/dell-furano-concert-tees-40-years-7800218/>

Pareles, J. (2020, 13 février). In trippy times, Bill Graham took care of reality. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2020/02/13/arts/music/bill-graham-rock-roll-revolution.html>

Perreux, M. (2016, 4 juillet). Quand « Walk this Way » faisait s’écrouler le mur séparant rock et rap | Slate.fr. *Slate.fr*. <https://www.slate.fr/story/120519/walk-way-la-chute-du-mur>

Peyron, D. (2017). *Pourquoi les communautés de fans ont-elles besoin de se donner un nom ?* La Revue Des Médias. <https://larevuedesmedias.ina.fr/pourquoi-les-communautés-de-fans-ont-elles-besoin-de-se-donner-un-nom>

Pougin, E. (2019, 16 juillet). Woodstock a 50 ans : Voici l’histoire d’un festival aussi mythique que catastrophique. *Konbini - Musique, cinéma, sport, food, news : le meilleur de la pop culture*. <https://www.konbini.com/popculture/woodstock-50-ans-michka-assayas/>

Reporter, G. S. (2007, 26 mai). What was the Summer of Love ? *the Guardian*. <https://www.theguardian.com/travel/2007/may/27/escape>

Richard, O. (2020, 20 novembre). Musique : goodies or not to be. *Libération*. https://www.liberation.fr/musique/2020/11/20/goodies-or-not-to-be_1806253/

Runcie, D. (2023). The diminishing returns of celebrity and star power. *Trapital*. <https://trapital.co/2023/02/07/the-diminishing-returns-of-celebrity-and-star-power/>

Rutherford, K. (2022, 6 septembre). Steve Lacy’s ‘Bad Habit’ Is First Hit to Crown Hot R&B/Hip-Hop Songs and Hot Rock & Alternative Songs Charts. *Billboard*. <https://www.billboard.com/music/chart-beat/steve-lacy-bad-habit-tops-rb-hip-hop-songs-alternative-1235135263/>

Saponara, M. (2023, 25 juillet). Lil Uzi Vert explains real ‘Just Wanna Rock’ dance origins. *HipHopDX*. <https://hiphopdx.com/news/lil-uzi-vert-just-wanna-rock-dance-origin>

Segré, G. (n.d.). *Bonnes feuilles : « Les fans. Une approche sociologique »*. The Conversation. <https://theconversation.com/bonnes-feuilles-les-fans-une-approche-sociologique-139366>

Slate.fr. (2010, 16 décembre). Les 84 dernières personnalités de l’année de Time | Slate.fr. *Slate.fr*. <https://www.slate.fr/lien/31649/84-personnalites-annee-time-hitler-laval>

So, D. (2020). How Hip-Hop's first endorsement deal turned rappers into businesses. Highsnobiety. <https://www.highsnobiety.com/p/hip-hop-endorsement-deals/>

Solá-Santiago, F. (2023, 27 juillet). Concert fashion is a key part of fandom; everyone is invited. *Refinery29*. <https://www.refinery29.com/en-us/2023/07/11477880/2023-concert-fashion-trends-fandom>

Steele, A. (2019, 26 décembre). Why concert tickets are so expensive. *WSJ*. https://www.wsj.com/articles/why-concert-tickets-are-so-expensive-11577371024?mod=hp_lead_pos13

Thibault, A. (2023, 25 juillet). Enquête : Du tee-shirt de concert aux préservatifs, les dessous du merchandising | numéro magazine. *Numéro Magazine*. <https://www.numero.com/fr/musique/enquete-business-merchandising-produits-derives>

Thompson, P. (2018, sept 14). How 2 Best Friends Went From Throwing High School Parties to Founding Rolling Loud. *Complex*. <https://www.complex.com/music/a/paul-thompson/how-two-best-friends-went-from-throwing-parties-to-founding-rolling-loud>

Trax (2019, 9 octobre). Pourquoi la TRAP s' appelle la TRAP ? *Trax Magazine*. <https://www.traxmag.com/pourquoi-la-trap-sappelle-la-trap/>

Travis Scott signe un nouveau record historique avec son album « Utopia » . (s. d.). *chartsinfrance.net*. <https://www.chartsinfrance.net/Travi-Scott-feat-TI-and-2-Chainz/news-125843.html>

Troy L. Smith, Cleveland.com. (2022, 21 mars). Moondog Memories : How Cleveland invented the rock and roll concert 70 years ago. *Cleveland*. <https://www.cleveland.com/entertainment/2022/03/moondog-memories-how-cleveland-invented-the-rock-and-roll-concert-70-years-ago.html>

Émissions de radio et podcasts

FIP. (2016, 14 juin). *Le Festival de Monterey 1967, c'est magnifip !* [Podcast]. France Inter. <https://www.radiofrance.fr/fip/podcasts/c-est-magnifip/le-festival-de-monterey-1967-c-est-magnifip-7060836>

Spiller, S. C. (2019, 6 août). *Pionnières : Sylvie Robinson, la mère du hip-hop*. [Podcast]. Nova. <https://www.nova.fr/podcast/pionnieres/sylvia-robinson-la-mere-du-hip-hop>

Pages de sites webs

AUTHENTICITÉ : définition de AUTHENTICITÉ. (s. d.). <https://www.cnrtl.fr/definition/authenticit%C3%A9>

Bill Graham and the Rock & Roll Revolution | Skirball Cultural Center. (s. d.). <https://www.skirball.org/museum/bill-graham-and-rock-roll-revolution>

CATHARSIS : définition de CATHARSIS. (s. d.). <https://www.cnrtl.fr/definition/catharsis>

Dredge, S. (2023). Luminare says music streaming consumption grew by 25.6 % in 2022. *Music Ally*. <https://musically.com/2023/01/12/luminare-says-music-streaming-consumption-grew-by-25-6-in-2022/>

Eq, T. (2023, 27 mars). Qu'est-ce que le live streaming ? Définition - data - e-marketing.fr. *e-marketing.fr*. <https://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/Live-streaming-254966.htm#:~:text=%C3%80%20retenir%3A,de%20montage%20ni%20d%27%C3%A9dition>

ESTHÉTIQUE : définition de ESTHÉTIQUE. (s. d.). <https://www.cnrtl.fr/definition/esth%C3%A9tique>

FAN : Définition de FAN. (s. d.). <https://www.cnrtl.fr/definition/fan>

First rock « n » roll concert. (1952, 21 mars). *Guinness World Records*.

<https://www.guinnessworldrecords.com/world-records/107952-first-rock-n-roll-concert>

Grunge | Aesthetics Wiki | Fandom. (s. d.). *Aesthetics Wiki*.

<https://aesthetics.fandom.com/wiki/Grunge>

LICENCE : Définition de LICENCE. (s. d.). <https://www.cnrtl.fr/definition/licence>

Universalis, E. (s. d.). *PUBLIC ENEMY - Encyclopædia universalis*. Universalis.

<https://www.universalis.fr/encyclopedie/public-enemy/>

Richard, O. Bernier, A. (2022). *Le rap en France : nouvel âge d'or ?* La Sacem.

<https://clients.sacem.fr/actualites/vie-culturelle/le-rap-en-france-nouvel-age-dor>

Rock | Definition, History, Artists, Songs, & Facts. (1999, 26 octobre). *Encyclopedia*

Britannica. <https://www.britannica.com/art/rock-music/Challenges-to-mainstream-rock>

Rocking at the legendary The Harlem World Disco. (s. d.).

<https://rockthebells.com/articles/harlem-world-disco/>

Technavio. (2023, 16 janvier). Live music market size to grow by USD 9.87 billion from 2021 to 2026 : A descriptive analysis of customer landscape, vendor assessment, and market dynamics - Technavio. *Prnewswire*. <https://www.prnewswire.com/news-releases/live-music-market-size-to-grow-by-usd-9-87-billion-from-2021-to-2026-a-descriptive-analysis-of-customer-landscape-vendor-assessment-and-market-dynamics---technavio-301719991.html>

Blogs

Pauwel, A. (2022, 14 novembre). Tragédie d'Astroworld : Travis Scott, tout oublié, tout pardonné ?. *Kikikickz*. <https://kikikickz.com/blogs/infos/travis-scott-astroworld-enquete-proces-tragedie-drame-actu>

Sociology Group. (2020). What is Popular Culture : Overview. *Sociology Group : Welcome to Social Sciences Blog*. https://www.sociologygroup.com/popular-culture/?utm_content=cmp-true

Tyler, B. (2017, 28 juin). The true meaning behind Jimi Hendrix's "Purple Haze". *Society of Rock – Where Rock and Roll Lives On* 🖐️🔑. <https://societyofrock.com/true-meaning-behind-purple-haze/>

Etudes et rapports

CNMLab. (2023). *Musique live et Génération Z, Enjeux et perspectives*. <https://cnmlab.fr/onde-courte/musique-live-et-generation-z-enjeux-et-perspectives/>

CNM. (2021). *De la captation d'un spectacle à son exploitation. Média, VOD, livestream*. https://cnm.fr/wp-content/uploads/2021/02/202002_CNM_FicheCaptaLivestream-.pdf

GWI. (2022). *Tuning into the latest music trends*. https://blog.gwi.com/?_ga=2.54168040.198778425.1692614265-2016273850.1688388445

IFPI. (2023). *GLOBAL MUSIC REPORT 2023*. <https://globalmusicreport.ifpi.org/>

Sony Music, Usbek & Rica. (2022). *What are we going to do with all this future?*

Vice. (2023). *The Vice Guide to Culture*. <https://www.vicemediagroup.com/insights/>

Viberate. (2022). *Post-pandemic Festival Report by Viberate*. <https://www.viberate.com/reports/festival-report-2022/#header-url-2>

Luminate. (2023, 17 juillet). *Luminate 2023 Midyear Report*. <https://luminatedata.com/reports/midyear-music-industry-report/>

Vidéos

4MLgigs. (2013, 14 juillet). *The Rolling Stones - (I can't get no) satisfaction - Glastonbury 2013* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=poXvMBhjSWk>

Artesquieu. (2022, 9 juin). [ENG] *Stuart Hall - Définition de la culture (Représentation et médias)* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=UyU2rZMk2Ug>

Dávid Vargovčík. (2021, 18 juin). *Guns n' Roses - Sweet Child o' Mine (Live in Paris/1992) (HD)* [Vidéo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=_MSZdZwvTp0

DcheJ. (2021, 8 septembre). *Wild Thing (1967) (Monterey Pop Festival)* [Vidéo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=xVN8_7wVSG0

ElvisPresleyVEVO. (2018, 29 octobre). *Elvis Presley - Jailhouse Rock ('68 Comeback Special)* [Vidéo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=xqBdTn3_0Rw

Heppest of The Hep. (2018, 8 février). *Elvis Presley Live in Tupelo 1957 HD* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=N2gM2XFJFOs>

Lil Peep. (2017, 28 juillet). *Lil Peep - The Brightside* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xAMgQQMZ9Lk>

NirvanaVEVO. (2021, 23 septembre). *Nirvana - Breed (Live at Paradiso, Amsterdam/1991)* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=azGrHPOJ588>

Rock'n'Roll Archives. (2022, 11 décembre). *Guns n' Roses Live in Paris 1992 full concert* [Vidéo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=9wZ3_uDj1tQ

Rolling Loud. (2021, 30 octobre). *Playboi Carti LIVE @ Rolling Loud New York 2021 [FULL SET]* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=3Z2J4bEuEGQ>

Rolling Loud. (2023, 6 mars). *LIL UZI VERT LIVE @ Rolling Loud Cali 2023 [FULL SET]* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=grA9cvxBNvc>

RollingStones50yrs5. (2015, 15 novembre). *Rolling Stones - Sympathy for the Devil (Hyde Park, 1969) Mick Taylor's first gig* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=W37LyeSrFTY>

Toshi Aizawa. (2023, 19 février). *Post Malone - Live in Sydney 2023-02-04 - Twelve Carat Tour 67-minute set *FULL SHOW 4K** [Vidéo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=GdgoJmc78zY>

TravisScottVEVO. (2023, 21 juillet). *Travis Scott, Bad Bunny, The Weeknd - K-POP (Official Music Video)* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=kS7F4VpJa0>

White Trash Tyler (Réalisateur). (2019). *Look Mom I Can Fly* [Documentaire]. Netflix.

<https://www.netflix.com/title/81046796>

Annexes

Annexe n°1 – Grille d'analyses de vidéos de concerts

Introduction		Informations techniques de la vidéo				Nombre de vues de la vidéo
Nom de l'artiste	Genre musical associé	Lien vers la vidéo	Source de la vidéo	Vidéo enregistrée par	Timecode de la vidéo (si besoin)	
Lil Peep	Rap	https://www.youtube.com/watch?v=xAMgQQMZ9Lk	Chaîne YouTube de l'artiste	Mezzy	x	161M
Post Malone	Rap	https://www.youtube.com/watch?v=GdgoJmc78zY&t=2598s	Chaîne YouTube d'un internaute qui partage des vidéos de concerts	x	0:40:39 - 0:47:05	1,9M
Lil Uzi Vert	Rap	https://www.youtube.com/watch?v=grA9cvxBNvc	Chaîne YouTube du festival Rolling Loud	Rolling Loud	0:30:40 - 0:36:01	1,2M
Playboi Carti	Rap	https://www.youtube.com/watch?v=3Z2J4bEuEGQ&t=1023s	Chaîne YouTube du festival Rolling Loud	Rolling Loud	0:30:28 - 0:38:45	3,3M
Travis Scott	Rap	x	Netflix - documentaire sur Travis Scott "Look mom I can fly"	x	1:42 - 3:30 26:16 - 29:37	?
Nirvana	Rock	https://www.youtube.com/watch?v=azGrHPOJ588	Chaîne YouTube officielle du groupe	x	x	2,1M
Elvis Presley	Rock	https://www.youtube.com/watch?v=N2gm2XFJFOs	Chaîne YouTube d'un internaute qui partage des vidéos de concerts	x	x	80k
Elvis Presley	Rock	https://www.youtube.com/watch?v=xqBdTn3_0Rw	Chaîne YouTube de l'artiste	NBC	x	24M
Jimi Hendrix	Rock	https://www.youtube.com/watch?v=xVN8_7wVSG0	Chaîne YouTube d'un internaute qui partage des vidéos de concerts	x	x	287k
Rolling Stones	Rock	https://www.youtube.com/watch?v=W37LyeSrFTY	Chaîne YouTube d'un internaute qui partage des vidéos de concerts	x	x	909k
Rolling Stones	Rock	https://www.youtube.com/watch?v=poXvMBhISWk	Chaîne YouTube d'un internaute qui partage des vidéos de concerts	Equipe du groupe	x	16M
Guns and roses	Rock	https://www.youtube.com/watch?v=9wZ3_uDj1tQ&t=6346s	Chaîne YouTube d'un internaute qui partage des vidéos de concerts	x	01:43:07-01:48:40	30k

Introduction		Lieu				
Nom de l'artiste	Genre musical associé	Date du concert	Localisation du concert	Type de concert : concert en salle / festival	Taille de la salle	Environnement : ville / nature / intérieur
Lil Peep	Rap	2017	Tournée européenne 2017	Salle de concert	Petite (Maroquinerie à Paris)	Intérieur
Post Malone	Rap	2023	Sydney, Australie	Stade	Grande (Accor Stadium, 83,5k)	Intérieur
Lil Uzi Vert	Rap	2023	Inglewood, Californie, USA	Festival	x	Extérieur, à côté du Sofi Stadium Ville
Playboi Carti	Rap	2021	NYC, USA	Festival	x	Extérieur - ville
Travis Scott	Rap	2019	Images d'archives de la tournée américaine Rodeo / Astroworld	Salles de concert / festivals / stades	x	Tout
Nirvana	Rock	1991	Amsterdam	Salle de concert	Petite	Intérieur
Elvis Presley	Rock	1957	Tupelo, Mississippi, USA	State Fair	?	Extérieur
Elvis Presley	Rock	1968	Burbank, Californie, USA	Studio TV	Petite	Intérieur
Jimi Hendrix	Rock	1967	Monterey, Californie, USA	Arène	Moyenne	Semi-extérieur
Rolling Stones	Rock	1969	Londres, Angleterre	Festival dans un parc	Grande (Hype Park)	Extérieur
Rolling Stones	Rock	2013	Pilton, Somerset, Angleterre	Festival	Grande	Extérieur
Guns and roses	Rock	1992	Vincennes, France	Hyppodrome de Vincennes	Moyenne (hyppodrome)	Extérieur

Introduction		Les spectateurs								
Nom de l'artiste	Genre musical associé	Nombre de spectateurs	Age des spectateurs	Genre des spectateurs	Vêtements des spectateurs	Port de merch dédié à l'artiste	Attitude des spectateurs : statiques, sautent, dansent	Pogo	Les spectateurs filment	Incident liés aux spectateurs : malaises, bagarres
Lil Peep	Rap	x	15-20 ans	Mixte	Des tee-shirts larges Des tee-shirts manches longues à rayure	1 tee-shirt avec le visage de l'artiste	Sautent Lèvent les bras 229 : 1 se jette de la scène	Non	Oui	?
Post Malone	Rap	83.5k	x	?	?	?	x	?	Oui	?
Lil Uzi Vert	Rap	Autour de 200k	x	?	?	?	Sautent Filment avec leur téléphone Lèvent les bras Tendent un tee-shirt	Oui	Oui	?
Playboi Carti	Rap	Autour de 200k	15-25 ans	?	?	?	Sautent Filment avec leur téléphone Lèvent les bras	?	Oui	?
Travis Scott	Rap	?	15-25 ans	Hommes en majorité	Streetwear	Tatouages Tee-shirts	Sautent et crient Lèvent les bras Se jettent de la scène Se mettent debout sur des barrières	Oui	Oui	Malaises Mouvements de foule
Nirvana	Rock	Environ 2k	x	Mixte	?	?	Secouent la tête Ont les bras accoudés à la scène Dansent 0:35 : un spectateur danse sur scène 2:00 : un spectateur monte sur scène pour sauter depuis la scène	Non	Non	Non
Elvis Presley	Rock	?	Tous les âges mais surtout des 20-30 ans	Femmes en majorité	Tenues des années 50	Non	Crient Dansent Pleurent	Non	Non	Non
Elvis Presley	Rock	?	Tous les âges mais surtout des 20-35 ans	Femmes en majorité	Tenues des années 60	Non	Clapent dans leur main Un homme danse	Non	Non	Non
Jimi Hendrix	Rock	Chiffre incertain entre 25 et 90k	Tous les âges mais surtout des 20-35 ans	Mixte	Tenues hippies	Non	Sont assis Regardent attentivement	Non	Non	?
Rolling Stones	Rock	Entre 250 et 500k	Des jeunes	Mixte	Tenues hippies Blousons de cuir personnalisés Rcp d'hommes qui ont la même coupe que Mick Jagger	Non	Dansent (en cercle) Essayent de monter sur scène et de toucher l'artiste Une personne vêtue en tenue traditionnelle africaine monte sur scène	Oui	Non	Une fan se fait virer de scène
Rolling Stones	Rock	Environ 130k festivaliers	Tout âge	Mixte	x	Tee-shirts Rolling Stones Certains portent des tenues de la garde royale anglaise	Chantent Lèvent les bras	Non	Oui	Non
Guns and roses	Rock	58k	Jeunes	?	?	?	Lèvent les bras Sautent	Non	Non	?



Introduction		La scène								
Nom de l'artiste	Genre musical associé	Présence d'écrans géants	Ecran en fond de scène : animation / logo / vidéo	Composition de la scène	Eléments de décor	Effets spéciaux : flammes / fumée / autre	Jeux de lumière	Présence d'un DJ	Présence de musiciens	Instruments : guitare électrique / guitare sèche / piano / autre
Lil Peep	Rap	Non	1'19 : logo Lil Peep rouge 1'42 : logo de l'album "Crybaby" 2'25 : animation flammes 3'00 : oiseaux qui volent	Scène rectangulaire	1'54 : décor de chambre d'ado	Non	Oui	Oui	Non	Non
Post Malone	Rap	Oui	Zoom sur la performance de l'artiste	Scène rectangulaire	Une structure en métal pour tenir les éclairages	Flammes	Oui	Non	Non	Guitare sèche
Lil Uzi Vert	Rap	Oui	Non	Avant de la scène en forme de croix	Un château gonflable dans lequel des personnes dansent Un cimetière avec des croix géantes et des mannequins	Flammes	Oui	Oui	Non	Non
Playboi Carti	Rap	Non	Non	Scène rectangulaire	Aucun	Laser rouges Eclairages blancs Bruit énigmatique Brume Très peu de lumière pour donner une ambiance cryptique	Oui	Non	Oui	Guitare électrique : le guitariste rejoint Playboi Carti sur scène, il est capuché (pas reconnaissable)
Travis Scott	Rap	?	Non	Scènes simples Certains scènes avec ponton pour avancer dans la foule	Aigle : élément de la DA de l'album Birds in a Trap	Flammes	Non	Oui	Non	Non
Nirvana	Rock	Non	Non	Scène rectangulaire	Aucun	Non	Oui Lumière qui clignote	Non	Oui	Batterie, guitares électriques, basse
Elvis Presley	Rock	Non	Non	Scène rectangulaire	Une banderole à son nom	Non	Simple éclairage blanc	Non	Oui	Guitare, batterie, contrebasse
Elvis Presley	Rock	Non	Non	La scène est un petit carré surélevé au milieu de la foule Le sol est rétroéclairé	Non	Non	Simple éclairage blanc	Non	Non	Non
Jimi Hendrix	Rock	Non	Non	Scène rectangulaire	Aucun	Non	Simple éclairage blanc	Non	Oui	Batterie, guitares électriques, basse, clavier
Rolling Stones	Rock	Non	Non	Scène rectangulaire	Aucun	Non	Non	Non	Oui	Batterie, guitares électriques, basse, percussions
Rolling Stones	Rock	Oui	Retransmission de ce qui se passe sur scène	Scène rectangulaire avec pontons à l'avant	Drapeaux Glastonbury partout dans la foule	Feux d'artifice	Simple éclairage blanc	Non	Oui	Batterie, guitares électriques, basse, chorale
Guns and roses	Rock	Oui	Non	Simple avec des pontons à l'avant	Dinosaure gonflable géant avec des griffes et des dents en forme de couteaux	Non	Lumières qui clignent Projecteur qui se braque successivement sur chaque membre du groupe	Non	Oui	Batterie, guitares électriques, basse

Intéraction		L'artiste / le leader du groupe										Parle au public		Interagit le public à faire quelque chose		Usage de la table / de drogues / d'alcool pendant la performance		Cherche un son connu ou le nom "Rock Star" ou autre ref à ce terme	
Nom de l'artiste	Genre musical associé	Tenue vestimentaire	Coiffure	Tatou	Classe en pyjama	Joue d'un instrument de musique	Crie	Dance	Sauts	Adopte une gestuelle particulière	Vo au contact de la foule								
Lil Peep	Rap	Plusieurs tenues. A chaque vidéo de tournée il y a des looks on lui fait un look avec tite de mon merch de la tête	Cheveux bruns, noir à l'eau	Oui	X	Non		Non	Non	Non	Où les voit avant et après les concerts	Oui							
Post Malone	Rap	Un look tout-rouge ACDC	Blanc	Oui	Non	Non	Oui	Oui	Oui	Se jette au sol de mer à genoux. Prend la guitare et la casse contre le sol	Donne un morceau de guitare cassée	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Oui "Rock star"	
Lil Uzi Vert	Rap	Un espace rouge écrit "crack" zaitoon; autre écrit "un top en état noir"	Plusieurs coiffures (cheveux au gel coiffure punk)	Oui	Oui	Non	Oui	Oui	Oui	Répéter sa chaine très connu sur les live	Non	Oui	Oui "You wanna party?" "Open that shit up... Lesge" "I wanna dance"	Oui "Open that shit up" en page	Non	Non	Non	Oui "Just Wanna Rock"	
Playboi Carti	Rap	Manteau et pantalon en cuir. L'artefact de son CD. Drapeau en dessous. Tout en noir. Il y a un personnage très mystérieux	Coussin	?	Non	Non	Oui (on parle en live)	Oui	Oui	Répéter ses chœurs	Non	Oui	Non	Non	Non	Non	Non	Non	
Travis Scott	Rap	Quelques fois avec des pontons. Cheveux bruns. Tenue à carreaux	Tresses	Oui	Non	Non	Oui	Non	Oui	Secoue ses cheveux. Vierte sur un tempsaire.	Donne dans la foule. Fait monter le public sur scène - chante avec lui. Donne des objets personnalisés à du public.	Oui	Saluance à des spectateurs en particulier. Cherque la sécurité qui empêche les fans de s'avancer.	Sauter. Faire des pages.	Non	Non	Non	Non	
Nirvana	Rock	Pull bleu en maille en jean	Cheveux long blonde	Non	Non	Oui, guitare	Oui	Non	Non	Se jette au sol. Se met à genoux pour chanter.	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	
Elvis Presley	Rock	Maître de costume (brillants). Cheveux noirs. Pantalon noir	Blanc	Non	Non	Non	Non	Oui	Non	Se met à genoux pour chanter. Fait des pas de danse. Cherque de parler aux gens.	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Oui "Guitarhouse rock"	
Elvis Presley	Rock	Ensemble en cuir	Blanc	Non	Non	Non	Non	Oui	Oui	Fait ses pas de danse. Cherche de parler aux gens.	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Oui "Guitarhouse rock"	
Jimi Hendrix	Rock	Veston noir délavé. Drapeau à plusieurs bandes. Pantalon rouge parties de cuir. Bottes de cuir de couleur.	Blanc	Non	Non	Oui, guitare	Oui	Non	Non	Se jette au sol. Se met à genoux pour chanter. Cherche de parler aux gens. Fait des pas de danse. Cherche de parler aux gens.	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	
Rolling Stones	Rock	Nick Jagger - Débardeur. Charlie Watts - Pantalon à carreaux. Mick Jagger - long anorak bleu-vert.	Cheveux long, ondes 70	Non	Non	Non	Non	Oui	Oui	Se jette au sol. Se met à genoux pour chanter. Cherche de parler au public en prenant ses deux mains.	Non, mais beaucoup de monde sur l'arrière scène.	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	
Rolling Stones	Rock	Mick Jagger - jean slim, bottes noires, chemise grise. Les autres membres - pantalon en cuir / pantalon bleu / chemises colorées.	Cheveux long, ondes 70	Non	Non	Non	Non	Oui	Oui	Dance. Tape dans ses mains. Salue la foule.	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	
Curtis Mayfield	Rock	Cheveux - Hair style "I hope the car is big enough". Maillots. Pantalons de cuir / chemises haut-collé.	Cheveux long, attachés	Oui	Non	Non	Oui	Oui	Oui	Classe de pont et d'arrière de la scène. Cherche de parler aux gens. Montre ses les enceintes.	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	

Annexe n°2 – Entretien avec des professionnels de l'industrie musicale

Les pages 94 à 106 ont été retirées de la version diffusée en ligne.



Annexe n°3 – L’aura des rock stars

	
<p>Elvis Presley : Tupalo, 1957 - Les fans féminines d'Elvis Presley lors de son concert à la foire locale.</p>	<p>Travis Scott : 2017 - Les fans sont prêts à tout pour Travis Scott.</p>



Annexe n°4 - le style vestimentaire des rock stars

 <p>Elvis - ensemble en cuir</p>	 <p>Spectateurs des Stones - vestes en cuir</p>	 <p>Axl Rose - jupe en cuir</p>
 <p>Rolling Stones - pantalon en cuir</p>	 <p>Playboi Carti - ensemble en cuir</p>	 <p>Lil Peep - perfecto en cuir</p>
<p>La matière cuir se retrouve sous de nombreuses formes chez plusieurs artistes de notre corpus.</p>		

Annexe n°5 - les pas de danse des rock stars

	
<p>Mick Jagger propose des petits pas de danse tout au long de sa carrière.</p>	<p>Elvis Presley et Lil Uzi Vert exécutent leur pas de danse iconique (<i>rubber leg</i> et <i>bliking</i>). Les deux balancent leurs hanches, mais de manière différente.</p>

Annexe n°6 - taille et accessibilité des scènes

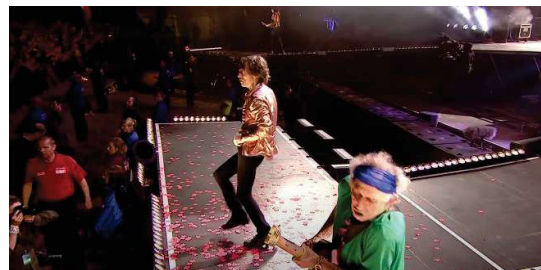
	
<p>La scène du concert <i>Stones in the park</i>, à Hyde Park (Londres) en 1969. Elles sont particulièrement petites, les artistes ont peu de place pour jouer. Les spectateurs sont aux pieds de la scène, pouvant facilement y accéder. Certains sont logés dans les régies.</p>	



Pour son concert à Tupalo en 1957, Elvis se produit lors d'une foire locale. La scène est donc plutôt petite, et peu gardée par une sécurité. La foule en délire peut donc se rapprocher de l'artiste très facilement et placer ses mains sur scène, en espérant un contact avec l'artiste.



Même configuration pour le groupe Nirvana, et pour la tournée européenne de Lil Peep.



Les Rolling Stones en 1969 vs en 2013, sur des scènes diamétralement opposées, que ce soit en termes de taille ou de sécurité. Seule les services de sécurité et les photographes ont accès au *crash barrière*.



Post Malone et Lil Uzi Vert se produisent sur d'immenses scènes qui leur donnent tout le loisir d'évoluer comme ils le souhaitent lors de leur performance.

Annexe n°7 – Les jeux de lumière et effets spéciaux



Post Malone, Lil Uzi Vert et Travis Scott utilisent des flammes pour donner un effet spectaculaire à leurs performances.



Glastonbury – 2013 : Les Rolling Stones tirent un feu d'artifice.



Playboi Carti : Rolling Loud, NYC, 2021- Playboi Carti utilise des lasers et stroboscopes.

Annexe n°8 – Les dangers des concerts



De nombreux fans de Travis Scott finissent blessés lors des concerts.

Travis Scott incite souvent le public à défier la sécurité.

Résumé

Ce mémoire s'attache à comprendre comment se construit et circule dans la culture populaire le mythe de la *rock star*. Il aborde plus précisément le cas des rappeurs américains, qui mobilisent différents codes culturels et esthétiques pour convoquer l'imaginaire déjà existant autour de la *rock star*. Pour étudier ce processus, ce travail de recherche se concentre sur le médium de la performance scénique, que ce soit en concert en salle ou en festival, celui-ci étant par essence constitutif de la mythologie de la *rock star*. Ce mémoire expose donc les similitudes et différences entre les rock stars dites « originelles » du XXe siècle, admises comme telles dans les représentations médiatiques populaires depuis de nombreuses décennies, et les rock stars « actuelles », qui sont en fait des rappeurs qui tendent à acquérir ce même statut. L'on aborde également ici la notion de genres musicaux, et en quoi son évolution dans le marché de la musique modifie les attentes des auditeurs quant à ce que peut et doit être une *rock star*. Ce travail décrypte aussi le rôle des fans dans la construction du mythe de *rock star*, notamment lors des concerts par différentes actions allant du simple fait de se réunir dans un événement physique, à l'achat de *merchandising* en passant par le partage des performances sur les réseaux sociaux. Enfin, ce mémoire cherche également à voir si le mythe de la *rock star* est le fruit de stratégies marchandes mises en place par l'industrie musicale pour attirer de nouveaux auditeurs, ou si cela émane simplement de l'artiste et de sa personnalité.

Mots-clés : rockstar - rock – rap – performance – concert – industrie musicale – fans – mythe – culture populaire – genres musicaux – esthétiques – audiences