

**Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication**

L'influence de Matt Pokora sur ses fans

Étude des pratiques d'écoute, des émotions et des formes d'engagement

Auteur : Dutillieux Jenny (72142300)
Promoteur(s) : Sebastien Fevry
Année académique 2025-2026
Master en communication, finalité culture et communication

Remerciements

Je voudrais dédier les lignes qui suivent à toutes les personnes qui m'ont, d'une manière ou d'une autre, apporté leur soutien tout au long de la réalisation de ce travail.

Tout d'abord, Sébastien Fevry, mon promoteur, pour avoir accepté de m'accompagner dans ce sujet qui me tenait à cœur et pour avoir pris le temps de lire et corriger chaque partie avec attention. Ses précieux conseils et encouragements ont représenté de véritables sources de motivation pour moi.

Ensuite, je tiens à remercier infiniment chaque fan de Matt Pokora ayant pris part à ce mémoire, que ce soit à travers le sondage ou les entretiens. Sans eux, ces pages n'auraient pu voir le jour. J'ai pu découvrir des personnes incroyables qui partageaient la même passion que moi.

Enfin, je souhaite également prendre le temps de remercier chaque personne de mon entourage. Mon frère et ma grand-mère, pour leur soutien inconditionnel à chaque étape de ce travail et pour m'avoir apporté toute la confiance en moi nécessaire. Madame Hermans, la personne qui se rapproche le plus d'une mère pour moi aujourd'hui, qui m'a épaulée à chaque étape de mon parcours universitaire, dans les bons et les mauvais moments. Ma cousine Daphnée, qui est toujours là quand j'ai besoin d'aide. Krystel, ma professeure d'équitation, qui est très importante pour moi et qui m'a aidée pour la relecture. Anyssa, mon amie la plus précieuse, qui me pousse sans cesse vers le haut depuis que l'on se connaît et qui a également relu ce travail. Et bien sûr, chaque Soroptimist de Charleroi car grâce à elles, j'ai pu avoir la force de mener l'ensemble de mes réalisations au bout.

« On va plus haut quand on revient de loin »¹

¹ Matt Pokora, Qui on est, 2022.

Sommaire

Introduction générale	1
Contexte général	1
Présentation et justification du choix de l'artiste	2
Problématique et question de recherche	3
Première partie : la revue de littérature	4
Chapitre 1 : les fans	4
1. Contextualisation	4
2. Fan studies	5
3. L'origine d'une passion	7
3.1. Le public adolescent	10
4. Apparition d'une culture de la célébrité	11
4.1. La star en tant qu'ami médiatique	15
4.2. Relations parasociales	16
5. Les communautés de fans	17
6. Pratiques musicales du fan en 3C	20
6.1. La collection	20
6.2. Le cosplay	21
6.3. Le concert	21
Chapitre 2 : les pratiques d'écoute	23
1. Pratiques culturelles	23
2. Omniprésence de la musique	24
3. De la discomorphose à la numérimorphose	25
3.1. Les playlists	28
4. Consommation de la musique	30
4.1. La musique comme pratique concomitante	32
4.2. Réécouter pour mieux redécouvrir	33
4.3. Construction d'une logique relationnelle	36
4.4. Le clip	38
Deuxième partie : la méthodologie de recherche	41
1. Positionnement	42
2. Méthodes de recherche	42
2.1. Questionnaire en ligne	43
2.2. Entretiens	45
2.2.1. Entretiens semi-directifs et narratifs	45

2.2.2. <i>Echantillonnage</i>	46
2.2.3. <i>Contacts des participants</i>	47
2.2.4. <i>Guide d'entretiens semi-directifs et narratifs</i>	47
2.2.5. <i>Profil des participants</i>	48
2.2.6. <i>Modalité des entretiens</i>	48
2.3. Limites méthodologiques	49
Troisième partie : analyse des résultats	49
1. Analyse des données quantitatives	49
1.1. Analyse statistique descriptive	49
2. Analyse des données qualitatives.....	63
2.1. Intensité des pratiques d'écoute	64
2.2. Fonctions émotionnelles de la musique	66
2.3. Engagement affectif envers l'artiste	67
2.4. Participation active et sociale à travers la musique	70
2.5. Partage social et familial	72
2.6. Engagement matériel et expérientiel	74
2.7. L'expérience fan à travers les supports matériels et numériques	76
3. Rédaction de personas	78
3.1. Persona 1 : fan immersive et émotionnelle	79
3.2. Persona 2 : fan connecté et social	81
3.3. Persona 3 : Fan collectionneuse et expérientielle	82
3.4. Persona 4 : Fan épisodique	83
4. Discussion	85
4.1. Les pratiques d'écoute comme indicateur de l'engagement des fans	85
4.2. La musique comme support émotionnel et identitaire	88
4.3. La passion comme source de partage	90
4.4. L'engagement expérientiel et matériel	92
Conclusion générale.....	95
Bibliographie	98

Introduction générale

Contexte général

Depuis plusieurs années, les pratiques d'écoute de musique ne cessent de connaître des évolutions considérables grâce au développement du numérique et à l'apparition de nouvelles technologies. L'écoute de musique ne se traduit plus uniquement par l'achat de supports physiques ou de consommation radio. À travers des appareils de plus en plus sophistiqués comme les smartphones, les plateformes de streaming ou encore les réseaux sociaux, chaque personne peut consommer sa musique partout et à tout moment. Au-delà d'être écoutée, la musique se partage et se vit intensément.

En ce qui concerne leurs habitudes d'écoute, les auditeurs accordent beaucoup d'importance aux plateformes numériques comme Spotify, Deezer et YouTube. Par l'intermédiaire de ces dernières, ils peuvent créer leurs propres playlists, avoir accès instantanément à un large éventail de contenus musicaux et approfondir leur écoute en solitaire. Même si aujourd'hui, le numérique prend le dessus, certains supports physiques comme les CD ou vinyles résistent à cette évolution et détiennent encore du pouvoir auprès des consommateurs de musique, plus particulièrement en ce qui concerne le côté matériel.

De plus, les formes d'engagement des fans envers un artiste ont, elles aussi, fortement évolué. Ces individus, longtemps critiqués, ne sont plus perçus comme des consommateurs passifs. Ils construisent eux-mêmes leurs propres pratiques par rapport à leur passion : ils assistent aux concerts, ils s'approprient les chansons, ils rejoignent des groupes de fans ou ils collectionnent des produits dérivés. Les réseaux sociaux permettent de renforcer cet engagement car les fans peuvent y partager leur opinion avec des personnes possédant la même passion qu'eux.

La musique ne représente pas seulement une source de divertissement mais c'est aussi un support de soutien émotionnel, social et identitaire. À travers les paroles de chansons ou la mélodie, la musique permet aux individus d'exprimer plus intensément leurs émotions en fonction des situations qu'ils traversent et de mettre des mots sur ce qu'ils ressentent. En ce sens, les pratiques d'écoute forment l'identité personnelle et influencent les relations sociales.

Tous ces progrès cités, que ce soit au niveau identitaire ou technologique, vont nous permettre de poser un regard nouveau sur les différentes pratiques d'écoute musicale et les formes d'engagement des fans qui vont nous intéresser tout au long de ce travail.

Présentation et justification du choix de l'artiste

Vainqueur de la saison 3 de l'émission *Popstars*² avec les *Linkup*, Matt Pokora est parvenu à s'éloigner de cette image d'artiste éphémère, tout droit sorti d'un télécrochet pour s'inscrire à long terme dans le paysage musical français. Il a su sans cesse se réinventer pour adapter chaque étape de son parcours aux exigences de l'industrie musicale. Une longévité que l'artiste façonne grâce à ses apparitions médiatiques bien choisies dans les émissions télévisées ou dans les radios, à ses prestations scéniques dignes des shows américains et à sa présence sur les différents réseaux sociaux. En ce qui nous concerne, en plus de ces critères, l'étendue de son répertoire représente pour nous, un véritable objet d'étude et une ressource immense pour analyser l'engagement des fans.

En effet, constituée de dix albums répartis entre 2004 et aujourd'hui, sa discographie est dense et les sorties d'albums sont régulières. De *M. Pokora* à *Adrénaline*, la période la plus longue sans album est de trois ans. Cette régularité lui a permis de construire un lien durable avec son public. De plus, même si son style musical a évolué au fil des albums, Matt Pokora est parvenu à conserver son identité. À travers son répertoire, les fans vont donc pouvoir s'identifier à diverses périodes de sa carrière. Au-delà d'être écoutés, ses disques lui permettent d'entretenir sa relation avec ses fans et de personnaliser leurs pratiques d'écoute.

Nous pensons qu'opter pour ce terrain va nous offrir de grandes opportunités puisque dans l'ombre de Matt Pokora, il y a également les fans. Il possède une fanbase fidèle, toujours présente depuis plus de vingt ans et qui traverse les générations. D'ailleurs, dans ses interviews, l'artiste est toujours ravi de voir que des fans aujourd'hui devenus parents viennent avec leurs enfants dans les salles. Au-delà d'être toujours au rendez-vous lors des tournées et des albums, les fans accordent une place particulière à l'artiste dans leur quotidien et ils intègrent constamment, chacun à leur façon, sa musique dans leurs habitudes de vie à travers une diversité de pratiques d'écoute. Au niveau des communautés de fans, elles sont essentiellement présentes sur Facebook. Nous pouvons citer trois pages : *Pokorafrance*, *M. Pokora Mon idole* et *M. Pokora Fan Club Officiel Belge*.

D'un point de vue littéraire, nous avons pu constater que Matt Pokora avait déjà été cité à deux reprises dans des articles scientifiques. D'abord, dans l'article « *La force des liens forts : culture et sociabilité en milieu lycéen* » de Legon (2011) où l'un des jeunes enquêtés l'avait brièvement

² Emission musicale qui permet de découvrir de nouveaux talents et de former des groupes. Diffusée pour la première fois sur M6 en 2001, l'émission est à l'origine de la visibilité de nombreux artistes.

mentionné pour parler des passions de son amoureuse. Ensuite, plus en adéquation avec notre sujet, Tabary-Bolka (2009) avait observé les blogs et forums construits notamment autour de lui. Même si de nombreux travaux ont déjà abordé de manière approfondie la thématique des fans et leur engagement dans le domaine musical, les pratiques d'écoute quotidiennes restent peu étudiées, surtout en ce qui concerne la variété française. Ce sont principalement les artistes américains et anglais qui demeurent encore au centre de la littérature. Peu de sujets sont réservés aux artistes populaires français. En nous reposant sur le cas de Matt Pokora, ce mémoire va permettre d'étudier les pratiques d'écoute de musique comme une forme d'engagement essentielle dans la relation entre un artiste et ses fans.

Enfin, si nous avons choisi ce terrain, ce n'est pas par hasard car nous sommes, nous-mêmes, fans de l'artiste mais tout au long de cette recherche, nous allons tenter de garder une position de chercheur qui analyse. Néanmoins, être fan nous permet d'avoir des connaissances préalables de notre sujet et de comprendre sans difficultés les propos de nos enquêtés.

Problématique et question de recherche

La partie ci-dessus nous invite donc à nous pencher en profondeur sur l'importance des pratiques d'écoute dans la relation entre un artiste et ses fans et la manière dont ces dernières symbolisent l'engagement.

À travers la littérature, nous avons pu constater que l'engagement des fans de musique était particulièrement étudié à partir de formes visibles comme leurs fréquentations aux concerts, leurs échanges sur les réseaux sociaux ou leurs différents achats de produits dérivés mais peu à partir de pratiques ordinaires comme leur écoute quotidienne de musique. Cette écoute répétée, parfois invisible va pourtant constituer un élément primordial dans la relation entre un artiste et ses fans. En ce sens, ce mémoire va explorer la manière dont la musique de Matt Pokora contribue à l'engagement de ses fans. Concrètement, notre objectif est de comprendre comment l'écoute de musique réalisée par les fans peut représenter une pratique passionnelle et profonde, renforçant leur lien avec l'artiste.

Suite à cela, nous en sommes arrivés à la question de recherche suivante :

« En quoi les pratiques d'écoute de la musique de Matt Pokora témoignent-elles de l'engagement de ses fans ? »

Première partie : la revue de littérature

Afin de répondre au mieux à notre question de recherche, la partie qui suit a pour objectif de présenter les différentes recherches et théories déjà produites sur le sujet qui nous concerne. Dans un premier temps, nous allons explorer toutes les facettes du fan, de sa naissance à son évolution, à travers l'influence toujours plus grande du numérique. Dans un second temps, nous nous intéresserons essentiellement aux pratiques d'écoute réalisées autour de la musique. Ces premières découvertes s'avèreront bénéfiques pour la suite de notre travail de recherche, notamment en ce qui concerne l'étude empirique.

Chapitre 1 : les fans

En 2003, Pascal Obispo chantait ces quelques mots : « *Si j'existe, ma vie c'est d'être fan* »³. Pour commencer, nous avons donc jugé crucial de nous intéresser à la notion de fan dans sa globalité, que ce soit en position de simple récepteur ou de producteur de contenus. D'abord perçu comme aliéné, il a su se construire une identité positive, aujourd'hui connue de tous. Apparue au 17^{ème} siècle en Angleterre, cette notion peut aujourd'hui représenter chacun de nous.

1. Contextualisation

« *Tout le monde est constamment fan de tout un tas de choses car personne ne peut exister dans un monde où rien ne compte* » (Le Guern, 2009, p.21). Tout commence en 1605 quand Miguel de Cervantes écrit les premières lignes de Don Quichotte. Obsédé par les romans de chevalerie, le héros est gagné par sa passion et décide de devenir chevalier. Nous pouvons aussi citer Madame Bovary qui était fan des romans d'amour (Guillet, 2016). Les médias de masse jouent également un rôle essentiel dans la démocratisation des fans à travers l'apparition de romans feuilletons de Sue, Zola ou encore Victor Hugo. L'auteur devient la vedette. Selon Bourdaa (2018), le terme apparaît véritablement en Angleterre au 17^{ème} siècle. Il possédait une connotation négative et il était souvent lié au culte religieux. Il est le diminutif de fanatique qui signifie excès, dévotion et obsession. Au siècle suivant, il est repris aux Etats-Unis pour désigner les spectateurs de base-ball.

Dans les années 80, Le Bart (2004) souligne qu'être fan représente une menace pour la famille et les études. Pour Bernard (2025), le fan est quelqu'un qui accorde son attachement à une seule

³ Pascal Obispo, *Fan*, paroles de chanson, 2003.

personne, un seul objet. « *L'état passionnel qui est le sien ne porte pas seulement sur l'art ou la production d'une célébrité, mais s'étend à la personne et à sa vie privée* » (Bernard, 2025, p. 14). En plus d'y être attaché, il en maîtrise chaque détail avec précision, jusqu'à connaître les gestes quotidiens et mensurations de son objet de culte (Perret, 2014). Donnat (2009) va plus loin puisqu'il affirme qu'une personne passionnée n'utilise pas les informations présentes sur sa carte d'identité pour se définir mais plutôt des inclinaisons ou attributs personnels représentant sa vraie personnalité. Le fan est bien plus qu'un simple consommateur occasionnel, à la recherche d'un plaisir immédiat, son engagement exigeant donne un sens à son existence. Mais Donnat (2009) pense que cette passion qui occupe la vie du fan, est adaptée à chaque instant de son existence : « *elle a bien entendu tendance à diminuer lors de l'entrée dans la vie adulte, notamment après la naissance d'un enfant* » (Donnat, 2009, p.85).

Selon Le Bart (2004), les fans oscillent entre plusieurs stratégies d'ajustement tout au long de leur parcours et des événements de vie qu'ils traversent. À l'âge adulte, certains d'entre eux peuvent dénigrer leur passion d'adolescent, d'autres vont tenter de conserver leur passion au sein d'un jardin secret, jouer une sorte de double vie, se conformer à la norme sociale quand ils sont en contact avec les autres et ils ne vont pas hésiter à critiquer les fans plus extrêmes. Pour terminer, il y a les fans qui vont pleinement assumer leur passion et tout faire pour inverser ce rapport de force avec la norme sociale qui a tendance à tout ramener à l'excès dès que l'on parle des fans. Ils vont tisser des liens uniquement sur base de cette passion même si cela prend plusieurs années. Connaître et tout posséder autour de la passion devient légitime. Finalement une simple question suffit à définir la notion de fan : « *qu'est-ce qui compte et pourquoi ça compte ?* » (Le Guern, 2009, p.23).

2. Fan studies

Aujourd'hui, cette notion de fan est un vecteur d'analyse qui illustre parfaitement l'influence de la culture sur les individus et inversement (Le Guern, 2009). Elle offre l'opportunité de s'intéresser à l'inclusion et l'exclusion des individus dans des groupes sociaux et d'étudier l'acceptation à des normes implicites ou explicites (Le Guern, 2009, cité dans Bourdaa, 2018). Mais cela n'a pas toujours été le cas. Lorsque Bourdieu écrit *La Distinction* en 1979, il place le fan au croisement entre petite bourgeoisie et classes populaires, jamais en dominant. Selon lui, le fan est habité, dans un premier temps, par un sentiment d'aliénation ou de dépossession et dans un second temps, son rapport à la culture est symbolisé par un sens de l'accumulation. Il décrit le fan comme voué à consommer des produits non légitimes qui sont pourtant légitimes à ses yeux, c'est l'archétype même du public dominé qui se plie aux hiérarchies. Il parle

d'allodoxie culturelle où le capital culturel domine la réception des produits culturels et où le plaisir du fan ne s'éloigne pas de ses propres affects. Cette domination est aussi mise en avant par l'École de Francfort, ce qui va retarder l'apparition des études autour des fans en France. Simplement portées par quelques individus, elles n'ont jamais eu un véritable impact alors qu'en Angleterre et aux Etats-Unis, des départements entiers se penchent sur les fans de bandes dessinées ou de Star Wars. En 1992, l'analyste culturelle Linda Lewis s'inquiète du manque d'intérêt des fans dans le milieu universitaire (Bourdaa, 2018). Cette même décennie marquera toutefois un tournant puisque certains sociologues vont commencer à étudier la thématique :

Dominique Pasquier, dans la continuité de son travail sur les animateurs, publie en 1999 une étude sur les adolescents fans d'une série télévisée, Hélène et les garçons, et de son interprète principale, à partir du courrier des spectateurs de l'émission. En 2000, Christian Le Bart et Jean-Charles Ambroise enquêtent sur les fans des Beatles, tandis qu'Éric Maigret (2000) revient dans un article sur les limites de l'analogie religieuse (Heinich, 2011b, p.363).

Pour apporter une vision claire de cette partie, selon Bourdaa (2018), nous pouvons répartir cette évolution de l'étude des fans en trois vagues : au début de son histoire, la notion de fan désigne une entité collective, présente dans une économie médiatique et politique, qui a su démontrer, malgré les préjugés, la force collective d'un fandom et mettre en avant des tactiques permettant à chaque fan de se faire une place au sein de sa propre communauté. Concernant la seconde vague, le fan est perçu comme une personne ordinaire, consommatrice de produits culturels. Il est forcé d'affronter les problématiques toujours plus larges du milieu culturel. Les chercheurs catégorisent les fans en fonction de leur engagement et leurs pratiques. Dans la dernière vague, aujourd'hui, les fans sont perçus comme pleinement intégrés à la société et moins marginalisés qu'en première vague. Si le fan est lié à sa communauté, c'est uniquement grâce à ses propres qualités et compétences. Selon Le Guern (2009, cité dans Falgas, 2016), le fan qui était au départ marginalisé, aliéné et perçu comme soumis aux productions populaires des industries culturelles, a pu être valorisé par de nombreux auteurs et étudié avant tout comme un public actif, coproducteur du sens des œuvres et engagé dans une dynamique d'appropriation et d'interactions sociales dépassant le simple cadre de la réception. Pour mieux comprendre l'importance d'une passion chez une personne, il est nécessaire d'en connaître tout d'abord, l'origine.

3. L'origine d'une passion

Parler d'admiration c'est proposer de redécouvrir un sentiment qui nous met en route ou au travail, qui nous rend plus libres, plus engagés, plus énergiques ; qui au lieu de supprimer la pluralité des êtres ou des choses, dont sa propre individualité, contribue au contraire à la construire et à l'encourager (Zask, 2024, cité dans Bernard, 2025, p.76).

Il s'avère fondamental pour nous de s'intéresser maintenant aux événements déclencheurs, internes ou externes, qui peuvent favoriser l'apparition de cette admiration pour le fan. Donnat (2009) cite quatre modes d'ancrage responsables de la passion chez les individus. Le premier mode d'ancrage concerne le fait que la passion est, au départ, partie intégrante de la culture familiale d'origine et permet tout au long de sa continuité de conserver et de maintenir un lien avec ses propres origines. Le second mode d'ancrage décrit la passion comme résultat d'un conflit familial survenu dans l'enfance, elle représente donc une source d'évasion pour l'individu par rapport à ces tensions, qu'il veut à tout prix éviter de revivre. Dans le troisième mode d'ancrage, la passion est vue comme apparaissant soudainement suite à un événement dramatique et elle va permettre à l'individu de reconstruire sa réalité et d'apporter des réponses à ses difficultés rencontrées. L'engagement du passionné est décrit comme excessif, sa passion est son pivot d'existence. Dans le dernier mode d'ancrage, la passion est abordée comme moyen permettant à l'individu de se soustraire à sa propre famille. Ici, le conflit réside dans le fait que l'individu veut éloigner sa passion de ses activités quotidiennes. Aucune transmission intergénérationnelle n'est présente, la passion est totalement étrangère du milieu familial. De plus, au début du 20^{ème} siècle, une véritable éthique du loisir se développe, on lui accorde plus d'importance. Par exemple, en 1850, l'importance du travail par rapport au loisir était évaluée à 70% alors qu'aujourd'hui, on atteint seulement les 18%. À travers ses loisirs, l'individu se valorise, affirme son identité et oublie, en l'espace de quelques instants, son temps de travail (Guillet, 2016, p.39).

Au niveau des personnes vues comme vecteur de passion chez l'individu, Guillet (2016) affirme que la famille reste peu citée. En effet, selon lui, les espaces de socialisation secondaires comme les amis représentent une source d'origine plus importante chez l'individu. Selon Donnat (2009), c'est plus nuancé car pour lui, la famille occupe toujours une place importante dans la transmission de la passion, il met notamment en évidence le rôle majeur de la mère, surtout en ce qui concerne le domaine culturel. D'après lui, il ne faut pas, pour autant, négliger le rôle de l'ami ou même du professeur : « *Souligner, comme nous venons de le faire, l'importance*

souvent déterminante de l'histoire familiale ne doit pas conduire à sous-estimer le rôle qu'ont pu jouer un professeur, un ami ou une rencontre dans l'ancrage de la passion » (Donnat, 2009, p. 102).

Même si la famille reste donc l'un des vecteurs de passion les plus essentiels, elle peut aussi pousser l'individu au secret car la position, parfois extrême, du fan peut inquiéter et attirer les moqueries. Pour éviter cette situation, le fan va vouloir se démarquer à tout prix de son cercle familial dès l'enfance ou l'adolescence. Selon Le Bart (2004) et son « *opium* » de différenciation, en trois temps, qui cartographie les trajectoires des fans, nous pouvons ici reprendre celui de différenciation au niveau du cercle familial pour illustrer nos propos. Selon De Backer et al. (2007, cité dans Stever, 2017), l'absence d'une figure d'attachement primaire pour l'individu peut aussi devenir une source de passion, notamment vis-à-vis d'une célébrité : « *Audience members connect with media in order to find appropriate positive role models, to find substitute attachment figures when those are lacking in real life, and to augment a personal sense of generativity* » (Stever, 2011b, cité dans Stever, 2017, p.96)⁴. Mais ces passions, la plupart du temps issues de l'enfance ne sont pas sans incidence sur la suite d'une existence :

En effet, sachant que les passions culturelles trouvent le plus souvent leurs origines au plus profond des événements de l'enfance, comment imaginer qu'elles puissent rester sans effet sur la manière d'appréhender les autres domaines de l'existence, à commencer par la vie professionnelle ou familiale ?
(Donnat, 2009, p112).

Et hormis l'enfance, il peut également exister d'autres vecteurs de transmission en ce qui concerne la passion des individus. Guillet (2016) parle d'un choc esthétique, à l'origine de la passion où le « *coup de foudre* » se réalise, par exemple, à travers le visionnage d'un simple DVD. Selon Donnat (2009), les fêtes où l'on offre des cadeaux peuvent aussi déclencher une passion chez un individu. C'est la révélation à travers l'objet. Il s'est aussi intéressé à l'influence de la passion de l'individu sur sa vie professionnelle et il met en évidence le fait que sur son lieu de travail, soit l'individu accepte de partager sa passion avec ses collègues parce que ces derniers partagent le même engouement que lui pour cette passion ou soit, il choisit de ne pas la partager et de protéger son jardin secret. Il désire conserver son propre espace. Dans

⁴ Les spectateurs se connectent aux médias pour trouver des modèles positifs appropriés, pour trouver des figures d'attachement de substitution lorsque celles-ci font défaut dans la vie réelle, et pour accroître leur sentiment personnel de générativité (traduction libre).

le même sens, Guillet (2016) pense effectivement que l'individu montre moins sa passion dans son cercle professionnel.

Au niveau du partage de passion dans la vie de couple, les deux auteurs ont des avis contradictoires sur certains points car pour Donnat (2009), le fan va tenter de convertir son conjoint à sa passion, alors que selon Guillet (2016), la passion représente une source de conflit ou de rupture dans un couple. Il affirme qu'être fan à l'âge adulte peut paraître suspect aux yeux des autres. *« On sait que l'entrée dans la vie adulte se traduit souvent, notamment dans le domaine musical, par un abandon ou une mise entre parenthèses de la passion »* (Donnat, 2009, p.113). Selon Stever (2010), si un adulte est fan de célébrités, c'est parce qu'il souhaite tout simplement revivre des moments d'enfance oubliés. L'identité est revisitée car il y a un profond désir de redevenir jeune. Il peut aussi chercher à combler le décès d'un être cher à travers sa passion, en s'impliquant, par exemple, dans l'association défendue par sa propre célébrité. Le type de liens qu'une personne tisse avec d'autres peut aussi permettre de comprendre l'origine d'une passion.

Les différents cercles sociaux traversés par un même individu peuvent représenter autant de matrices de socialisation, favorisant l'intériorisation (ou le renforcement) de certaines dispositions culturelles qu'on ne peut parfois actualiser que dans ce contexte social précis (Legon, 2011, p.225).

Selon lui, on distingue les liens forts (la famille ou les amis proches) et les liens faibles (les amis lointains ou les contacts issus des réseaux sociaux) pouvant influencer l'individu dans ses goûts et passions. Plus un individu disposera de liens faibles, plus étendu sera son répertoire de goûts culturels (Bergé & Granjon, 2005, p. 8, cité par Legon, 2011). En effet, celui qui ne peut faire état que de liens forts sera conforté dans ses préférences préalablement établies et ne fera pas face à la concurrence d'un point de vue culturel : *« les liens forts, en plus d'être « saturés en information » et permettant moins de dynamique de renouvellement et/ou d'évolution culturelle que les liens faibles, favoriseront donc moins l'éclectisme culturel et la diversité des connaissances culturelles »* (Legon, 2011, p.226). Pour expliquer cette faible densité de liens faibles pouvant constituer un individu, nous pouvons reprendre le concept d'homophilie cité par l'auteur, qui caractérise l'attirance qu'une personne peut ressentir vis-à-vis d'une personne similaire à elle-même. Elle préfère la sécurité et n'opte pas pour la nouveauté. Pourtant, il est nécessaire de se forger de nouvelles relations pour développer une interaction culturelle riche et variée : *« Ce qui fait varier l'affichage des goûts, c'est l'interlocuteur que l'on a en face de soi. Parler à une personne ou à un groupe, à des interlocuteurs plus ou moins âgés que soi, du*

même sexe ou du sexe opposé et plus ou moins éloignés du point de vue de l'origine sociale n'est évidemment pas du tout la même chose » (Tomas Legon, 2011, p.235). Néanmoins, comme dans les familles, il y a des goûts ou dégoûts qui ne peuvent être assumés en public par peur de recevoir des moqueries, des reproches, des insultes ou d'être tout simplement mis à l'écart des autres membres du groupe. Et le milieu social de l'individu peut influencer cette interaction culturelle avec les autres : *« Il est un peu plus facile de « tout dire » dans les milieux sociaux élevés que dans les milieux plus populaires »* (Legon, 2011, p.222). Les passions des personnes peu ou pas diplômées ne sont souvent pas approuvées dans les milieux éduqués.

3.1. Le public adolescent

Pour terminer au mieux cette partie sur l'origine d'une passion, nous avons choisi de nous intéresser plus précisément au public adolescent car c'est à cette période de la vie que l'individu commence à se construire et personnaliser sa propre identité. À l'adolescence, être fan marque une différence avec son cercle familial (Guillet, 2016). La personnalité est une combinaison de création et d'imitation qui favorise la recherche de modèles et d'inspirations pour le jeune (Bernard, 2025). Selon Stever (2010), l'adolescent rencontre un conflit entre construction de l'identité et diffusion de l'image. Pour Legon (2011), le jeune fait preuve d'une intensité de pratiques culturelles toujours plus grande et d'un bouillonnement de sa vie sociale. À travers sa fréquentation régulière des autres, il possède une variété de liens faibles qui lui permet de diversifier ses goûts culturels et d'obtenir une approbation par rapport à ses choix que ses liens forts ne vont pas forcément lui donner (Perret, 2014). Selon Béliard (2009), le jeune cherche à être identifié à travers ses passions, le concept de *matterring map* se met en place. Ce dernier représente les éléments (personnes, activités, idées) auxquels une personne accorde de l'importance. Contrairement à leurs aînés, les adolescents n'ont pas peur de partager leurs pratiques culturelles en public même en l'absence d'intérêt de la part de leurs interlocuteurs.

Selon Stever (2010), la célébrité représente le combat du jeune avec lui-même, dans le seul but d'éviter l'isolement. Perret (2014) s'est intéressée plus précisément à l'importance que l'adolescent accorde à une star. Selon elle, le jeune ayant traversé des épreuves de vie, peut déceler une figure héroïque chez la célébrité qu'il affectionne. À travers elle, il peut se remémorer sa propre histoire car il aura tendance à choisir une célébrité qui a traversé des épreuves similaires à lui. L'auteur prend l'exemple d'Eugénie, une fan de Justin Bieber : *« Elle apparaît plutôt se mouler passivement aux traits caractéristiques de son héros dans un mouvement d'appropriation taisant toute conflictualité »*. (Perret, 2014, p.47). Elle y est corporellement attachée (figure incorporée) et dans sa période de puberté, elle ressent malgré

elle, une certaine attirance sexuelle pour sa star : « *la voie imaginaire choisie par Eugénie, l'appel à cette figure héroïque dont elle se dit « fan », ce double narcissique dont elle n'est pas séparée, fait corps avec elle. La traversée œdipienne fait surgir cette figure idéalisée où castration réelle et symbolique se côtoient* » (Perret, 2014, p.46). Une forme de répétition est aussi présente d'une certaine manière car cette figure héroïque actualise la dimension traumatique de l'adolescent. Finalement, admirer cette figure héroïque permet à l'adolescent d'être face à un miroir et d'apercevoir son moi idéal. Cette fonction de figure héroïque qu'une star peut endosser dans la vie des adolescents, nous pousse à creuser un peu plus ce lien pouvant exister entre une célébrité et ses fans d'un point de vue théorique.

4. Apparition d'une culture de la célébrité

Selon Heinich (2011a), les souverains représentent la première catégorie de célébrités. Elle va plus loin dans son développement puisque selon elle, la célébrité médiatique qui a connu l'expansion la plus significative au 20^{ème} siècle oscille entre la possession d'une valeur ajoutée (en tant que compétence préexistante) et une valeur endogène (en tant que mise en visibilité). Autrement dit, une célébrité est définie comme étant une valeur ajoutée aux compétences déjà existantes d'une personne, c'est le cas notamment des artistes interprètes comme les acteurs de cinéma ou les chanteurs. C'est donc la naissance du culte des vedettes. Souvent associé à la culture de masse, ce culte est perçu, initialement, comme étant le produit d'une marchandise, sans aucune intelligence. Tout comme les fans, cette culture de la célébrité est au départ, très étudiée dans les pays anglosaxons mais beaucoup moins en France (De Coignac et al., 2018).

En Angleterre, l'essor des travaux sur la célébrité est situé à la fin des années 1970 et rassemble principalement des spécialistes du cinéma. En 1978, le critique américain James Monaco constitue un ensemble de textes sur le sujet où il répartit une célébrité en trois catégories : le héros qui accomplit des exploits, la star qui se distingue par sa forte personnalité publique et les quasars qui deviennent célèbres par le plus grand des hasards. La même année, l'américain Jib Fowles, ayant remarqué l'impact considérable des célébrités sur la vie des populations, propose une description détaillée des stars américaines basée sur des parcours biographiques d'une centaine de performeurs (acteurs, musiciens et athlètes). Un an plus tard, l'ouvrage du sociologue italien Francesco Alberoni, publié en 1963, est traduit en anglais. Ce livre aborde cette élite sans pouvoir, celle qui représente les stars en tant qu'objet d'admiration et qui est capable de rivaliser avec l'envie dirigée vers les traditionnelles élites politiques et économiques. En 2006, le spécialiste des médias canadiens Philip David Marshall s'intéresse de près à cette culture de la célébrité et publie une volumineuse anthologie en anglais constituée d'environ

vingt-cinq ouvrages et articles universitaires traitant de cette question de la célébrité. « *Voilà qui illustre la vitalité d'un courant clairement identifié comme tel dans le monde anglophone – que ce soit aux États-Unis, au Canada, en Grande-Bretagne ou en Australie* » (Heinich, 2011b, p.354).

En ce qui concerne l'Europe et plus particulièrement la France, on parle majoritairement de tout ce qui touche de près ou de loin à la haute culture, des personnes qui sont décrites comme hors du commun ou monstres sacrés, intéressent moins les chercheurs et auteurs. En plus, cette culture de la célébrité est jugée comme « *sans œuvre* » car la passion pour le chanteur ou l'acteur compte autant que la passion pour l'œuvre elle-même. Le premier à s'y intéresser réellement reste Edgar Morin en 1960 quand il s'est concentré sur les dieux en tant que vedettes divines mêlant idéalisation et humanité. Selon Heinich (2011b), pour étudier le statut des célébrités dans le monde actuel, il serait préférable de s'éloigner des travaux autour des cultural studies déjà produits par les universitaires anglophones car un rappel permanent à ces derniers empêchent tout renouvellement du sujet : « *on introduirait aussi ce qui, précisément, fait obstacle à une claire intelligibilité du phénomène : à savoir une normativité rampante* » (Heinich, 2011b, p.368). Au-delà des recherches réalisées sur la culture de la célébrité, nous allons maintenant nous pencher sur le rôle crucial de l'image pour reconnaître une célébrité. Au fil de l'évolution technologique, plusieurs facteurs ont permis aux fans de mettre des noms sur le visage des célébrités.

L'importance de l'image de la célébrité

Selon Guillet (2016), l'avènement de la culture de masse, au 19ème siècle, avec l'essor des journaux, des livres à bas prix et l'utilisation d'images dans la presse a permis le développement des médias à travers la radio, la télévision, puis internet. « *Une première catégorie d'images de personnalités susceptibles d'être vues et reconnues par un large public sont les photographies* » (Heinich, 2011a, p.109). Dans un premier temps, apparue à la même période, la photogravure a permis la reconnaissance des visages à travers les journaux et magazines. (Frizot, 2001, cité par Heinich, 2011a). L'invention puis l'utilisation à grande échelle du portrait photographique en gros plan a aussi fortement modifié la manière de voir les célébrités, certaines sont parfois reconnues par des foules entières (Heinich, 2011a). Dans un second temps, nous pouvons aussi citer l'importance des images mobiles des acteurs de cinéma. À travers la photo, l'expérience devient avant tout visuelle, on contemple des images de personnes pour leurs caractéristiques physiques mais aussi par passion. Dans les articles de journaux, les noms des célébrités sont souvent apposés aux photographies, ce qui permet une reconnaissance encore plus significative.

L'invention du magnétoscope, dans les années 80, améliore encore plus cette expérience visuelle et permet de fixer et d'enregistrer ces images. Des photos capturées sur l'instant se transforment en un défilé de clichés photographiques. En plus d'être reproduite, l'image devient une voix. Au-delà de l'amélioration, c'est la répétition de l'expérience visuelle et auditive. Heinich (2011a) souligne que les chanteurs sont de plus en plus reconnus à travers leurs pochettes d'album ou leurs apparitions dans les magazines spécialisés. Le visage est associé à une voix.

À la fin de cette même décennie et au début des années 90, Stever (2010) souligne que les fans s'échangent régulièrement des copies de photos de leurs stars par courrier. En 1994, l'américain Joshua Gamson insiste sur le rôle fondamental de la technologie photographique (Heinich, 2011a). « *Il y a là une spectaculaire démocratisation de l'accès à la célébrité médiatique, du point de vue tant des admirateurs, par la multiplication des possibilités de voir les vedettes, que de leurs objets, par la possibilité donnée à tout un chacun de se montrer à un nombre incalculable de regardeurs* » (Marshall, 2006 b, cité par Heinich, 2011a, p.110). Selon Stever (2017), à travers cet accès encore plus étendu à cette célébrité médiatique, les fans vont donc s'identifier à des visages et voix bien connus. Le succès d'un groupe de chanteurs ou musiciens est souvent éphémère car le fan a besoin de personnifier une seule et unique star pour pouvoir aimer, il est nécessaire de mettre en évidence le leader pour des raisons marketing. En fin de compte, selon Fourquet-Courbet & Courbet (2012), le fan tient compte de la visibilité et des représentations sociomédiatiques de sa célébrité pour se construire et finaliser son identité personnelle. En ce qui concerne Matt Pokora, il affirme⁵ que c'est sa participation dans l'émission *Danse avec les Stars* en 2010 qui lui a apporté cette image plus populaire et proche des gens car auparavant on le voyait simplement comme un artiste associé à la promotion d'un album.

Même si aujourd'hui, des barrières modernes comme les vitres teintées des voitures ou les murs des villas existent entre les stars et leurs admirateurs (Guillet, 2016), il y a un intérêt toujours plus grandissant pour le fan d'obtenir un potin de sa star. « *Dès lors la consommation des célébrités s'oriente de plus en plus vers la dimension du « potin », la vente d'informations ou l'échange de paroles sur l'intimité des vedettes* » (Heinich, 2011a, p.110). Chaque fait d'actualité est interprété par le fan et en enchaîner plusieurs, lui permet, d'une certaine manière,

⁵ En Amis Proches – Camino TV, chaîne YouTube, consultée le 4 mai 2026, https://www.youtube.com/@enamisproches_caminotv

de construire et donner forme à la carrière de sa star fétiche (Galluzzo & Galan, 2013). « *Consommer plusieurs médias permet une expérience plus profonde qui motive en retour à consommer encore* » (Sepulchre, 2013, p.5). Depuis une vingtaine d'années, nous assistons à l'explosion de la presse spécialisée (Heinich, 2011a) et même si cela est moins flagrant aujourd'hui, nous pouvons souligner le rôle central du magazine people dans ce domaine. Guillet (2016) affirme qu'il renforce l'intimité entre la star et ses fans et il efface une sorte d'inaccessibilité. Il ne faut pas négliger la question de l'argent dans les magazines : « *un scoop de la presse people peut atteindre des sommes phénoménales, sans commune mesure avec les prix de la presse ordinaire* » (Rouillé, 2005, cité par Heinich, 2011a, p.113). Les photographies des célébrités (stars de cinéma, chanteurs, princes et princesses, rois, présentateurs de télévision, champions sportifs) font les beaux jours des agences de presse et représentent 40 à 50 % de leurs chiffres d'affaires. En 2007, en France, le magazine le plus vendu était *Voici*, il tirait à plus de 5 300 000 exemplaires (Dakhli, 2008, cité par Heinich, 2011).

Si l'on y ajoute ses homologues récents (Closer, Public, Gala) ainsi que les plus classiques France Dimanche, Ici Paris, Point de vue-Images du monde, on atteint environ 12 millions d'exemplaires par mois, soit « deux fois plus que la presse d'actualité » (Heinich, 2011a, p.113).

Au-delà des bénéfices dans les agences de presse, il est important aussi de souligner que le fan peut lui-même tirer de l'argent de ces photos car certains n'hésiteront pas à les revendre. Concernant la télévision, Warhol avait déjà prédit son évolution, tout le monde peut obtenir son quart d'heure de popularité. À la fin des années 90, le phénomène des jeux de télé réalité permet à des personnes « ordinaires » de goûter à la célébrité et de devenir des quasars comme nous avons pu le voir précédemment. Selon Guillet (2016), nous pouvons reprendre l'exemple de Superman par Umberto Eco où un homme qui est au départ médiocre, devient soudainement important aux yeux des autres, qu'il provienne de télé réalité ou d'émissions de télécrochet. Ici, dans notre cas, cette constatation nous semble tout à fait pertinente étant donné que Matt Pokora a été découvert dans la saison 3 du télécrochet *Popstars* sur M6. Avant cette émission, il était totalement méconnu du grand public. Même s'il est important de souligner que selon l'artiste lui-même⁶, sortir d'un télécrochet pouvait être lourd à porter, ce qui n'est plus le cas pour les artistes actuels. Nous n'aborderons pas l'apparition des réseaux sociaux ici car nous avons

⁶ En Amis Proches – Camino TV, chaîne YouTube, consultée le 4 mai 2026, https://www.youtube.com/@enamisproches_caminotv

choisi de garder cette thématique pour notre partie consacrée aux communautés de fans en ligne. Nous allons, maintenant, nous intéresser au nouveau rôle de la star en tant que véritable ami médiatique car selon Stever (2010), une exposition répétée à un visage humain, notamment à travers la photographie ou la télévision, renforce l'attachement et place donc la star en ami médiatique de la famille du fan.

4.1. La star en tant qu'ami médiatique

« Dès 1957, Elihu Katz et Paul Lazarsfeld montraient l'influence décisive des leaders d'opinion, instituant un modèle de médiation en deux étapes où le message des médias est filtré par ces individus « influents » (D'Olimpio & Martinache, 2009, p.4). À travers les représentations exposées dans les médias, les stars deviennent donc de véritables modèles à suivre, en particulier celles qui traversent plusieurs générations car elles sont institutionnalisées dans la société et elles ont tendance à transmettre leur pouvoir charismatique (Guillet, 2016). Selon Heinich (2011a), les médias donnent l'impression d'un face à face avec la star. En ce sens, Reeves & Nass, 1996, cités par Stever (2017) pensent que cette exposition aux médias empêche le fan de distinguer monde réel et imaginaire. Pour Fourquet-Courbet & Courbet (2012), les fans parviennent à faire cette différence mais ils ont tendance à juger ces stars, issues du monde des médias comme des personnes de leur entourage réel. Ils vont plus loin car ils comparent la célébrité médiatique à un médiateur socio-affectif qui est le gardien de liens affectifs forts que le fan aurait pu perdre suite au décès d'une personne. Ce dernier se pose souvent la question de savoir ce qu'aurait fait sa star à sa place (Guillet, 2016). Cette personne pourtant inconnue fait donc partie intégrante du fan, un lien d'amitié se développe : *« la star, intensément « fréquentée » par une multitude de fans à travers les médias, par la presse people et les réseaux sociaux notamment, acquiert aux yeux des fans une certaine aura familière. La star devient « l'ami » qu'on croit connaître »* (Galluzzo & Galan, 2013, p.144). Les chanteurs ne font bien sûr pas exception à la règle : *« les chanteurs admirés deviennent des proches que l'on tutoie »* (Le Bart, 2004, p.290). Il serait donc intéressant pour l'industrie de la musique de s'éloigner de cette marchandisation des chanteurs pour miser sur cette mise en scène d'amis médiatiques (Galluzzo & Galan, 2013). Même si le fan croit connaître sa star depuis toujours, nous sommes bien loin de l'ami que l'on côtoie régulièrement. Selon Stever (2017), c'est une relation décrite comme parasociale où la star véhicule un sentiment de refuge et de sécurité pour le fan sans véritable contact en face à face. Dans la partie qui suit, nous allons tenter d'approfondir ces relations parasociales.

4.2. Relations parasociales

Les interactions parasociales (IPS) ont vu le jour avec Horton et Wohl en 1956 (Fourquet-Courbet & Courbet, 2012). Il est important de rappeler qu'avant cela, toute personne ne côtoyait que des gens issus de son entourage ou de son voisinage « *So the attachment process is engaged with the same intensity as it would if the target were someone who was seen on a daily basis* » (Stever, 2010, p.4)⁷. Le fan a l'impression qu'une grande intimité s'installe entre lui et sa star, il a le sentiment de la connaître depuis toujours. La relation est intense mais à sens unique car une star ne connaît pas le fan personnellement. La célébrité est perçue comme immortelle par le fan (Fourquet-Courbet & Courbet, 2012). Cet attachement parasocial n'est pas un fait acquis mais une possibilité distincte offerte à tout un chacun et le fan, évoluant en relation parasociale, ne doit pas être jugé comme anormal par l'extérieur mais plutôt comme quelqu'un de naturel. Même si certains fans pensent qu'une distance est nécessaire pour éviter la déception, d'autres peuvent en devenir malades et ne pas hésiter à dépasser les limites qu'autorisent le droit et la morale pour se rapprocher au maximum de la célébrité (Heinich, 2011). Dans ce cadre, nous pouvons citer le syndrome d'adoration des célébrités (celebrity worship), repris par Stever (2017) qui désigne une obsession excessive du fan vis-à-vis de sa célébrité. Selon Fourquet-Courbet & Courbet (2012), l'intensité des IPS est particulièrement forte jusqu'à l'âge de 16 ans. Comme ce fut le cas pour Eugénie, grande fan de Justin Bieber, citée plus haut par Perret (2014), le fan peut donc développer des liens purement amoureux envers sa star et la percevoir comme le modèle de sa vie (Guillet, 2016). Stever (2017) ajoute que cela a tendance à plus se remarquer du côté des femmes :

The evolutionary agenda of men would make them less likely to be attracted to a high-status media figure, but for women, the attractive male celebrity offers much and even sharing the attention of such a person makes evolutionary sense (Stever, 2017, p.98).⁸

Si à l'âge de 30 ans, le fan constate qu'aucune relation réelle n'a été établie, il peut décider de poursuivre la relation parasociale comme structure principale de sa vie (Levinson, 1986, cité par Stever, 2010). Le Guern (2009) voit cette inaccessibilité de la star et cette absence de

⁷ Le processus d'attachement se déroule donc avec la même intensité que si la cible était une personne que l'on voyait tous les jours (traduction libre).

⁸ Le programme d'évolution des hommes les rendrait moins susceptibles d'être attirés par une personnalité médiatique de haut rang, mais pour les femmes, la célébrité masculine attrayante offre beaucoup et même le fait de partager l'attention d'une telle personne est logique du point de vue de l'évolution (traduction libre).

réciprocité amoureuse dans la relation comme positive car elle rend la relation parasociale encore plus précieuse. À travers cette identité parasociale, le passionné croyait s'être construit une identité singulière mais découvre, au fil de son évolution, qu'il partage cette identité avec d'autres. Finalement, le fan va, à tout prix, développer un esprit de fanship où il va adapter son identité à sa vedette tout en désirant se distinguer des autres (Fourquet-Courbet & Courbet, 2012). Après avoir abordé ces relations parasociales que la star suscite chez le fan, nous allons maintenant étudier la manière dont ce dernier parvient à se construire au sein des communautés en ligne actuelles à travers sa passion.

5. Les communautés de fans

L'année 1960 marque véritablement la constitution des premiers fans clubs physiques, le lien avec les stars se construit à travers la presse people et les fans se rencontrent dans les concerts (Bernard, 2025). L'apparition d'Internet et de la webcam en 1990 a fait évoluer cette vision des choses et a permis aux célébrités d'étendre leur audience à l'échelle planétaire en un temps record (Heinich, 2011a). Les réseaux sociaux rendent la star accessible à tous et prouvent que tout un chacun peut toucher à cette célébrité. Au début de la carrière de Matt Pokora, les réseaux sociaux n'avaient pas encore l'importance qu'ils peuvent avoir aujourd'hui. Au fil du temps, il s'est donc adapté aux évolutions et à son audience pour durer. Dans une interview en 2019⁹, il a notamment confié qu'être célèbre était plus facile en 2003 qu'en 2019 par rapport à cette évolution des réseaux sociaux parce qu'aujourd'hui même si un contact direct s'installe avec le public, il n'y a plus cette surprise de voir sa star dans les émissions de télévision. Quant au fan, il ne se définit plus uniquement en individu singulier, fier de cette individualité mais est intégré au sein d'un groupe de personnes passionnées et unies par le même objet ou personne que lui. C'est la formation de la communauté de fans ou fandom (Bourdaa, 2018). En son sein, le fan n'est plus envisagé comme un public ordinaire mais devient informé et connecté (Bourdaa, 2018) :

⁹ LeHuffPost (2019, 12 avril). Dans "Pyramide", Matt Pokora revient sur son rapport aux réseaux sociaux. [Vidéo]. <https://youtu.be/sy99s4cnNtg?si=t7jPdy9WF7kNN0z8>

Les nouvelles technologies et en particulier l'émergence d'Internet ont permis aux fans d'acquérir une nouvelle visibilité et de se rassembler dans une communauté virtuelle, faisant tomber les barrières géographiques et culturelles, dans laquelle ils trouvent un moyen d'exprimer leur créativité (Bourdaa, 2016, p.101).

Au cœur de ces communautés, les goûts du fan sont légitimés et il peut enfin tisser des liens réels avec des personnes qui comprennent et partagent sa passion sans le juger. Nous pouvons parler d'émulation intellectuelle car le fan va éprouver du plaisir dans ces conversations en ligne (Bourdaa, 2018). Au-delà de représenter des vecteurs de passion, la famille et les amis peuvent aussi être vecteurs de cette communauté comme une sorte d'héritage ou de passation. Au centre de sa communauté, le fan va éprouver un besoin de singularisation où il va tenter d'éviter toute forme d'anonymat (Le Bart, 2002, cité par Béliard, 2009). Nous pouvons reprendre ici la notion de nomadisme où, grâce à l'affichage de son profil (photo de profil, bannière ou pseudonyme), il va tenter de se différencier des autres et illustrer sa pluralité de goûts (Jenkins, 1992, cité par Béliard, 2009). Selon Bourdaa (2018), une double identité se développe donc chez le fan, son identité individuelle va s'imbriquer dans une identité sociale, de groupe.

Le fan va forger encore plus cette identité à travers une culture de la participation toujours plus importante. « *Les technologies numériques ont donné une légitimité au rôle des fans, en ce sens qu'elles ont rendu possible de nouvelles formes de productions culturelles de la part des fans* » (Bourdaa, 2016, p.103). En effet, le fan n'est plus uniquement simple récepteur et consommateur de son objet de culte, il devient producteur de contenus et utilise sa créativité et son engagement au sein de sa fandom. Il croit en ses contributions (Bourdaa, 2016). Henry Jenkins s'est longtemps penché sur cette thématique de production et parle de convergence culturelle pour décrire ce phénomène de participation des fans à la co-construction de contenus médiatiques et le développement de nouvelles compétences permettant à ces producteurs de décoder les médias (Jenkins, 1992, cité par Bourdaa, 2016). Dans son article qui reprend les sept principes esthétiques formant le transmédia, Jenkins (2013) oppose la circulation au forage. Le premier désigne la capacité des contenus à être partagés et relayés au sein des communautés de fans. Il affirme que cette propagation se réalise de manière horizontale. Et le second illustre l'exploration en profondeur des fans dans leur univers. Quant à Tabary-Bolka (2009), elle utilise le concept de translittératie pour décrire cette capacité à lire, écrire et interagir par le biais d'une

variété de plateformes, outils et médias. Les jeunes fans maîtrisent parfaitement cette translittératie et deviennent de véritables producteurs de sens au sein de leurs communautés.

Je suis toujours émerveillée de voir comment les jeunes fans s'approprient la connaissance et des compétences autour d'une passion commune et comment ils utilisent les médias numériques pour créer de nouvelles formes de production créative (Ito, 2012, cité par Bernard, 2025, p.236).

Tabary-Bolka (2009) s'est intéressée plus en profondeur aux contenus produits par ces jeunes fans. Tout d'abord, pour elle, un jeune est une personne âgée entre 12 et 25 ans, utilisant la musique, les images d'internet et employant tout support numérique pour entrer en relation. Elle parle de redocumentarisation pour désigner le fait qu'en se basant sur des documents visuels, ils vont élaborer leurs propres documents numériques. Elle cite, en guise d'exemple, le fan'art où le jeune va fabriquer de nouvelles images à partir d'images déjà existantes de sa star. Il est important de souligner que le jeune n'a pas toujours conscience des droits mis en place et de sa propre vulnérabilité concernant ces différentes pratiques, notamment au niveau du plagiat. Pour réaliser ces images, le jeune fan dispose d'un savoir-faire technique et informatique et ne rencontre, souvent, aucune difficulté dans l'utilisation de logiciels de création graphique. S'il rencontre un obstacle dans sa création, alors il va demander de l'aide à d'autres membres au sein de sa communauté. Un rapport de pouvoir se met en place (Tabary-Bolka, 2009). En ce sens, nous pouvons aussi parler de mentorat où les fans les plus anciens deviennent garants d'un langage commun et transmettent leurs connaissances aux novices (Bourdaa, 2018). Bourdaa (2018) s'oppose à Jenkins (1992) car selon elle, les apports de cette production de fans ne sont pas uniquement positifs. En effet, cette transmission entre anciens et nouveaux fans peut être négative car des hiérarchies peuvent s'établir au sein de la communauté, certains fans peuvent se croire supérieurs aux autres ou une partie peut être vue comme moins active qu'une autre.

Bernard (2025) considère le fan comme véritable travailleur des industries culturelles mais selon Fiske (1987), cité par Le Guern (2009), cette créativité, toujours plus imposante, met en place une lutte constante entre lui et ces industries culturelles car elles veulent, à tout prix, dominer les fans et utiliser leurs productions, uniquement à des fins personnelles. Pour Bréda (2025), il y a deux positions possibles des communautés vis-à-vis de ces industries culturelles : soit, elles font preuve de fantagonisme et mettent en avant ce sentiment de faction ou soit, elles adoptent des stratégies oppositionnelles par rapport à ces industries. Dans les cultural studies américaines, les fans sont décrits comme un public actif et producteur qui va élaborer des formes de résistance à ces industries (Bourdaa, 2016). Selon Le Guern (2009), les industries

culturelles ne doivent en aucun cas négliger ce public car il consomme, sans compter. Pour ces industries, il est nécessaire de comprendre l'identité du fan pour faire évoluer la relation dans le bon sens :

En fait, il ne s'agit pas simplement de savoir comment sont construites les identités, mais comment elles sont utilisées, à quelles fins et dans quels contextes, par exemple lorsqu'il s'agit de dissimuler ou au contraire de mettre en évidence des stigmates (Le Guern, 2009, p.42).

6. Pratiques musicales du fan en 3C

Pour clôturer au mieux ce chapitre, nous avons choisi de nous intéresser aux pratiques utilisées par les fans, essentiellement dans le domaine musical. Plus spécifiquement, nous allons en étudier trois : la collection, le cosplay et le concert. Dans cette partie, nous les appellerons les 3C.

6.1. La collection

Pour commencer, il est important de souligner qu'un fan peut adopter plusieurs postures. Il peut être esthète en ne s'intéressant qu'à la musique et détenir seulement quelques objets de sa star. Groupie et désirer sans cesse la rencontrer. Créateur et occuper ce rôle de producteur que l'on a pu aborder ci-dessus. Il peut aussi être imitateur en portant quelques éléments liés à sa star, érudit en connaissant son sujet sur le bout des doigts ou finalement collectionneur (Le Bart, 2004). Une fois l'attachement établi avec sa star, un système de proximité s'établit et le fan va vouloir détenir chaque objet en rapport avec elle (Stever, 2010). C'est la mise en place de la collection. Selon Bourdaa (2018), collectionner c'est rassembler et conserver des objets matériels afin de les exposer aux yeux de tous, tel un véritable musée. Tout au long de cette collection, le fan va tenter de se constituer un totem en possédant des objets spécifiques et collecteurs en lien avec sa star. Ce totem va permettre au fan d'être vu comme collectionneur au sein de sa communauté (Bourdaa, 2018). Trois types de collection peuvent être perçus chez le fan. D'abord, la collection souvenir qui est plus personnelle et qui permet de relater des événements de sa vie de fan. Ce type de collection peut se faire en ligne et s'active souvent lors du décès de la star ou d'une fermeture d'une salle de concert (Zanolin, 2012). Ensuite, la collection fétichiste qui illustre une relation complexe et fusionnelle du fan avec sa star. Et la collection systémique, qui est celle qui se rapproche le plus d'une pratique muséale (Bourdaa, 2018). À travers sa collection et ses achats, le fan espère la reconnaissance de sa star et il attend indirectement des prestations et une présence à la hauteur du temps investi (Guillet, 2016).

L'auteur va plus loin et parle d'assimilation au lieu de collection, il en distingue quatre : l'assimilation de connaissances où le fan se nourrit des informations publiées dans les médias et sur les réseaux sociaux, l'assimilation d'images et d'autographes où l'obtention d'une dédicace par le fan renforce encore plus sa passion, l'assimilation de musiques où le fan cherche à posséder chaque disque et maîtriser les chansons par cœur et l'assimilation par les vêtements où le fan rentre dans le corps de sa star. À travers cette dernière assimilation, le fan va découvrir le cosplay.

6.2. Le cosplay

Le cosplay trouve son origine dans les communautés de fans de science-fiction et dans les communautés d'otakus japonais, amateurs de mangas et d'animés. Le terme est apparu pour la première fois en 1980, par le biais du créateur de jeux vidéo japonais Takahashi Noboyuki lorsque lors d'une convention aux États-Unis, il a pu observer les costumes autour de lui. En Occident, il est, au départ, régulièrement utilisé lors de reconstitutions historiques. Cette pratique représente une véritable construction identitaire pour le fan. Guillet (2016) parle du cosplay comme d'une identité dérobée. À travers elle, il prend possession du corps ou vêtements de sa star et donne vie à son costume au sein de sa fandom. Le fan crée souvent le costume qu'il porte. Son corps devient un média et d'une certaine manière, cela lui permet de jongler entre plusieurs corps et identités. Le cosplay lui permet de s'accepter et d'assumer son corps (Bourdaa, 2018). Sépulchre (2013) donne l'exemple d'Emmanuelle :

Elle aime également repérer les vêtements de certains personnages et les rechercher ensuite. Elle ne copie jamais l'intégralité d'un style, mais s'approprie des accessoires, comme un serre-tête par exemple. Personne, sauf elle, ne peut faire le lien entre ce détail vestimentaire et la série ou le personnage. C'est donc un plaisir totalement personnel (Sépulchre, 2013, p.38).

Bourdaa (2018) cite aussi le tatouage comme autre manière d'utiliser le corps pour le fan.

6.3. Le concert

Pour Matt Pokora, écrire un album est le prétexte parfait pour remonter sur scène et faire des concerts. Selon Berger (2016), le concert (ou live) représente une réelle opportunité pour une célébrité de se faire connaître et de générer des chiffres : « Avec cette digitalisation, le live devient pour les artistes une réelle nécessité pour se faire connaître des majors et générer davantage de chiffre » (Berger, 2016, p.107). Elle souligne que sans un succès notable de l'artiste à l'échelle nationale, notamment à travers ses concerts, il ne pourrait pas toucher un

public à l'international. Un travail de réassurance à travers les tournées et les albums s'avère nécessaire (Guillet, 2016).

Concernant le fan, selon Heinich (2011a), même monnayé par des tickets d'entrées, le concert assouvit le désir de voir la célébrité et d'écouter sa musique. Guillet (2016) le définit comme étant un moment propice à la dévotion religieuse envers la star. Il permet d'apporter une bouffée de légèreté dans la vie du fan. Il symbolise aussi l'unification symbolique de la communauté, même si selon Le Bart (2004), le concert éloigne le fan de sa communauté et lui fait prendre conscience qu'il n'est pas seul. Son identité qu'il croyait individuelle s'effondre. Pour Debruyne (2015), le spectacle construit l'espace d'un jeu limité où le fan va adopter des identités créées et empruntées. Au sein de la foule, il va augmenter son affectivité et diminuer son état intellectuel (Guillet, 2016). Bandura (1986, cité par Stever, 2010) cite le concert comme exemple de sa théorie sociale cognitive où le comportement humain répond à un ensemble de stimuli réunis dans un triangle à trois branches (la personne, son environnement et son propre comportement). En effet, lors du concert, le fan tente d'attirer l'attention de sa star par tous les moyens et la star va adapter son comportement en fonction de l'attention reçue. Si l'acte est répétitif, alors le fan sera reconnu par sa star. Même si depuis une quinzaine d'années, il y a un regain pour la scène (Berger, 2016), de nombreux moyens sont mis en place pour améliorer les expériences en live. C'est notamment le cas de YouTube qui permet de revivre des moments de concerts publiés par soi ou par d'autres. C'est un lieu d'appropriation et de mémoire où le fan partage et écoute sa musique favorite avec d'autres.

Comme nous pouvons le constater, au-delà de jouer un rôle majeur dans la relation d'une star avec ses fans, le concert représente donc une pratique d'écoute parmi d'autres utilisées par le fan pour écouter la musique de son artiste et la ressentir. Selon nous, il nous semble fondamental de nous concentrer en profondeur, dans les pages qui suivent, à ces pratiques car aujourd'hui, l'écoute de la musique représente un indicateur essentiel pour évaluer l'engagement des fans envers un artiste. En effet, avant, on ne mesurait pas l'impact de la musique sur les fans et seuls les supports physiques permettaient d'accéder pleinement à cette dernière. Mais tout a changé, l'individu est actuellement maître de son écoute à travers les plateformes. La relation parasociale entre l'artiste et le fan se renforce à travers la voix de l'artiste et les paroles des chansons. Dans le deuxième chapitre ci-dessous, nous allons donc nous intéresser longuement à ces pratiques d'écoute et notamment étudier les habitudes d'écoute, les différents supports et moments privilégiés, la répétition d'une écoute et la création de playlists.

Chapitre 2 : les pratiques d'écoute

« *La musique, selon de nombreux auteurs écrivant sur ce sujet, est un ensemble de pratiques culturelles désormais étroitement liées au domaine du personnel et du subjectif* » (Hesmondhalgh, 2007, p.206). Aujourd'hui, il nous est impossible de vivre sans musique (Rochon, 2022), l'écouter est, pour nous, un besoin vital au même titre que manger, boire et dormir. Ce que nous ignorons souvent c'est que pour réaliser cette activité d'écoute, nous adoptons des habitudes ou des comportements. En fonction de l'environnement qui nous entoure ou encore de nos interactions sociales, nous développons nos propres pratiques d'écoute. Dans la suite de cette revue, nous allons tenter d'apporter un cadre théorique à ces pratiques.

1. Pratiques culturelles

Avant d'aborder avec précision les pratiques d'écoute musicale, il est nécessaire d'aborder les pratiques culturelles dans leur généralité. C'est Passeron (2003) qui s'est longuement intéressé au sujet en se penchant notamment sur la notion de démocratisation culturelle. Pour lui, elle se définit comme étant l'accès à la culture pour toute la population. Citer cette notion ne suffit pas, il faut aussi pouvoir l'appliquer. Pour constater cette démocratisation, il faut mesurer, compter et comparer les groupes sociaux. « *L'interprétation du sens des conduites ne dispense pas plus qu'en d'autres domaines de chiffrer tout ce qui en est chiffrable* » (Passeron, 2003, p.261). Aujourd'hui, le public n'est plus perçu comme un ensemble homogène et unitaire. Les citoyens ont parfaitement le droit d'obtenir des informations autour des déplacements de goûts, des légitimités culturelles ou encore de la diffusion et de la consommation culturelle. Ils ont pleinement conscience des événements se déroulant dans leur environnement proche et ils sont ouverts aux enquêtes de proximité : « *c'est-à-dire de ce qui les motive ou les dé motive en leur faisant apparaître les futurs possibles comme plus ou moins probables en fonction de leur expérience quotidienne* » (Passeron, 2003, p.377).

Être récepteur signifie pratiquer à travers des écoutes, des regards, la recherche d'extase ou encore le plaisir de participation. C'est un acteur qui endosse un rôle indispensable, celui de construire socialement le sens d'un texte produit par son auteur. Même si aujourd'hui, l'offre culturelle ne cesse de croître grâce notamment aux technologies, les inégalités sociales sont toujours bien présentes. Passeron (2003) va plus loin et critique cette démocratisation en affirmant que même si le nombre de pratiquants augmente et se répartit selon les genres disponibles, cela ne modifie en aucun cas la composition sociale. Les pratiques culturelles

dépendent encore et toujours du niveau social, du niveau de diplôme, de la famille et des besoins économiques et symboliques. Selon lui, même si plus de politiques culturelles, d'équipements et de nouvelles technologies ont pu voir le jour, la démocratisation reste un échec car des inégalités symboliques existent toujours. Il est nécessaire de décrire les modalités utilisées par les individus dans leur action et non de simplement étudier les signes les plus culturellement significatifs.

En nous basant donc sur Passeron (2003), nous devons aborder les pratiques d'écoute musicale avant tout comme des pratiques culturelles à la fois quantitatives et qualitatives en étudiant par exemple les supports ou habitudes d'écoute et aussi comme une activité de réception capable de produire du sens et diverses modalités d'action. Il n'existe pas un seul consommateur mais plutôt des manières d'écouter de la musique. Elles ne sont pas figées dans le temps mais peuvent varier. Et finalement, ces pratiques d'écoute rencontrent d'une certaine manière, elles aussi, des inégalités sociales notamment à travers l'évolution numérique et la formation de playlists toujours de plus en plus personnalisées. Après avoir posé ce contexte, nous pouvons maintenant nous pencher, plus précisément, sur les théories définissant les pratiques d'écoute de la musique.

2. Omniprésence de la musique

Selon Detry (2013), la musique est omniprésente en tout lieu. Debruyne (2015) confirme également cette omniprésence de la musique : « *qu'elle soit diffusée en continu dans les stations de métro ou les magasins, ou encore jouée par des musiciens de rue et dans les transports en commun* » (Debruyne, 2015, p.27). Notre existence toute entière va se construire autour d'elle. Nous cherchons, sans cesse, des moyens de l'intégrer dans nos vies à travers un éventail de pratiques toujours plus important.

C'est dans le ventre de notre mère que nous construisons notre apprentissage à la musique, plusieurs études ont mis en évidence ce lien entre ce que nous entendons à la naissance et nos goûts musicaux d'adulte. L'environnement social qui nous entoure (amis et familles) est aussi important parce qu'un partage de goûts et de valeurs sociales identiques s'y installe (Dupuy-Salle et al., 2016). Aujourd'hui, ce goût est encore plus diversifié car les chanteurs et groupes proposent une variété conséquente de styles et d'approches où chaque personne peut y trouver son bonheur (Rochon, 2022). Le rôle des médias de masse est aussi déterminant dans la construction de l'identité musicale des individus. Par leur intermédiaire, on découvre des

chansons dont on ignore l'existence et que l'on ne penserait jamais à acheter. C'est la musique qui prend l'auditeur (Granjon & Combes, 2007).

« *Quelles que soient les modalités d'acquisition des contenus (achats, téléchargements, emprunts), le relais médiatique joue un rôle prépondérant dans les processus d'information et de découverte qui précèdent ces actes d'appropriation* » (Granjon & Combes, 2007, p.305). Une forme de médiation se met donc en place, surtout auprès des jeunes. Selon Granjon & Combes (2007), le jeune se situe entre 12 et 25 ans et évolue dans une catégorie sociale possédant des pratiques culturelles et numériques propres. Même si un jeune se construit sur base de voix familières et développe un groupe vocal à travers la place que peut occuper la musique dans sa famille (Brault & Marty, 2018), au gré de son parcours biographique, il va évoluer et comme nous avons déjà pu l'aborder dans notre premier chapitre, il va se détacher progressivement de l'environnement musical initial (Granjon & Combes, 2007). L'évolution du numérique va jouer un rôle fondamental dans cet éloignement pour les jeunes car contrairement à leurs aînés, ils maîtrisent chaque outil à la perfection. « *La culture numérique émergente est ainsi davantage celle des jeunes générations pour lesquelles la dynamique d'informatisation/numérisation des loisirs et de la consommation culturelle est le substrat à partir duquel se développe une partie toujours plus importante de leurs pratiques* » (Granjon & Combes, 2007, p.294). À travers ces pratiques numériques, une culture du partage de musique va s'étendre de plus en plus. Nous pouvons ici, citer la théorie des usages et gratifications où tout au long de leurs utilisations de ces médias (télévision, radio, journaux ou encore Internet) et de leurs besoins sociaux et psychologiques, des personnes peuvent développer certaines attentes individuelles. « *Dans cette approche, les motivations à utiliser un média varient en fonction du type de média, du type d'activité et des variables culturelles* » (Sherry & al., 2006, cité par Taquet, 2016, p.19). Dans le même sens, cette évolution numérique va permettre à la musique de multiplier ses pratiques d'écoute.

3. De la discomorphose à la numérimorphose

D'abord, Granjon & Combes (2007) parlent de discomorphose où l'album d'un artiste est valorisé. Apparue en 1887, le disque va démultiplier les pratiques d'écoute car c'est un support transportable et bon marché où les morceaux présentés y sont facilement manipulables en termes d'acoustique et de séquençage (Roueff, 2001). « *Il permet aussi, à l'instar du livre, d'édifier des collections qui se donnent notamment à voir aux proches et fournissent potentiellement prises à des affects (la saveur particulière d'un CD qui vous a été offert) ou des échanges (verbaux, de contenus) permettant d'ancrer, de décliner et de prolonger sa passion*

musicale (Granjon & Combes, 2007, p.294). Selon Bernard (2025), si les fans achètent un disque c'est plus par nécessité que par fétichisme. Maisonneuve (2006) a consacré un long article à l'évolution du disque. Selon elle, certains critères vont venir renforcer la position du disque en tant que médium de consommation culturelle domestique, comme l'instauration d'un prix de vente modéré pour attirer des consommateurs plus individuels, la production de plus d'enregistrements que nécessaire pour que l'offre s'adapte à la demande, ou encore le travail des artistes pour eux-mêmes s'adapter à la popularité de ce nouveau médium. Toutes ces évolutions n'auraient pas été envisageables sans l'épanouissement des pratiques musicales au 19^{ème} siècle où la musique a commencé à occuper une place centrale dans les loisirs des individus.

Maisonneuve (2006) constate également un changement important : *« l'histoire du disque est celle d'une augmentation progressive de la durée de l'enregistrement »* (Maisonneuve, 2006, p.23). En effet, cette durée qui était initialement de deux minutes, a été allongée. Cela a permis au disque de toucher à l'espace social. *« Dans les deux décennies entourant le passage du 19e au 20e siècle, la fidélité exprime avant tout l'émotion de pouvoir entendre chez soi des œuvres jusque-là réservées à d'autres lieux »* (Maisonneuve, 2006, p.25). Il est important de noter qu'aujourd'hui, cette durée est de nouveau raccourcie. Les titres des artistes oscillent entre deux et trois minutes. C'est notamment le cas sur *Adrenaline*, le dernier album de Matt Pokora. Grâce aux nouvelles technologies, les firmes musicales sont invitées à rééditer leurs catalogues et à élargir leurs répertoires. Lors de l'entre-deux-guerres, des commerces de détail soutenus par les grandes firmes commencent à se développer et des vendeurs spécialisés ou connaisseurs se transforment en véritables conseillers pour le public de masse. À certains points de vente, on propose même aux clients d'écouter avant d'acheter. Ci-dessus, nous parlions de la presse comme relais médiatique et dans ce cas-ci, elle a aussi joué un rôle majeur dans la reconnaissance du disque puisque les discours publiés à son encontre sont élogieux et des périodiques réservés au sujet sont sans arrêt élaborés.

Ainsi, dès la fin des années 1920, acheter un disque semble devenu une pratique et une préoccupation largement partagées, où la question de la qualité de l'enregistrement occupe une place tout aussi importante que la simple information sur les dernières publications : une disposition nouvelle s'est progressivement formée, passant de l'écoute-curiosité ou de l'écoute-divertissement à l'écoute-jouissance esthétique, appuyée sur des catégories acoustiques et musicales (Maisonneuve, 2006, p.30).

À la fin du 20^{ème} siècle, l'industrie du disque avait tendance à plus s'appuyer sur la rotation d'albums d'artistes plutôt que sur leurs parcours biographiques (Straw, 2018). À ce moment-là, selon Micheau et al. (2017), la radio est perçue comme un lieu de référence musical car c'est un cadre de confiance où l'auditeur accepte et espère les découvertes, les propositions inattendues (Micheau et al., 2017b). Même si les magasins de disques sont aujourd'hui présentés comme des lieux moribonds et le disque comme un support fossile (Debruyne, 2015), ils occupent encore une place déterminante qui apparaît après investissement et connaissance de cause d'un artiste qui se réalise dans un premier temps via les moyens numériques comme internet. « *Loin d'opérer une rupture franche vis-à-vis des formes d'amateurisme instaurées par le disque, le numérique en prolonge et en renouvelle plutôt les modalités, notamment du fait des possibilités renforcées d'intervention sur une œuvre de moins en moins liée au format achevé et unifié de l'album* » (Granjon & Combes, 2007, p.332). Au début du 21^{ème} siècle, nous sommes à cheval entre la crise du disque et la pénétration du digital (Berger, 2016). Selon Granjon & Combes (2007), c'est l'apparition de la numérimorphose. Au-delà du support où le disque se transforme en fichier numérique, les pratiques évoluent. En effet, on écoute, on collectionne, on partage et on découvre la musique différemment. La musique devient numérique.

Des équipements de plus en plus variés et sophistiqués (ordinateurs, disques durs, baladeurs MP3, etc.), de nouvelles plasticités (playlists, podcasts, etc.), des médias et des services abondants (presse, télévision, blogs, web 2.0, etc.) ou encore des collectifs hétérogènes (réseaux sociaux en/hors ligne) se développent. Ces nouveaux usages permettent de nouvelles formes d'appropriation de la musique, une déconstruction de l'entité unique de l'album pour favoriser l'écoute des morceaux (Granjon & Combes, 2007). « *La diffusion de formes textuelles distinctes par le biais d'une variété de supports est devenue plus commune et il s'agit d'un exercice nomade typiquement contemporain – que l'abolition des frontières entre ces supports* » (Straw, 2018, p.33). Dans ce cas-ci, nous pouvons également utiliser le principe esthétique d'extraction repris par Jenkins (2013) car selon lui, les fans vont se réapproprier des aspects d'une œuvre pour les intégrer à leur quotidien.

De plus, grâce à la démocratisation de petits appareils d'écoute bon marché au 20^{ème} siècle, la pratique est améliorée et la musique se déplace directement au domicile de l'auditeur. « *Avec l'apparition du casque audio, l'écoute solitaire s'est répandue dans les foyers* » (Detry, 2013, p.5). Aujourd'hui, pour écouter de la musique, chaque consommateur dispose de nombreux supports, matériels ou immatériels, payants ou non payants, légaux ou illégaux. La musique se

dématérialise en rendant possible toute forme de transmission et de reproduction. Par expérience, nous pouvons affirmer que Matt Pokora a su s'adapter à cette multiplication de supports. Pour son dernier album, il a notamment proposé une clé USB avec les chansons de l'album et un second disque où sa voix est coupée par parties pour permettre aux fans de s'improviser un duo avec lui.

Dans le même temps, les plateformes musicales ne cessent d'acquérir de l'importance, elles représentent un intermédiaire entre les producteurs de musique et les usagers. Il en existe deux grands types, d'abord, les magasins qui vendent leurs contenus aux utilisateurs et ensuite, les places de marché comme YouTube qui permettent à des acteurs de toucher un public. À travers ces plateformes, une logique de recommandation à la fois algorithmique et sociale se met en place. Dans le même sens, selon Granjon & Combes (2007), la numérimorphose a aussi permis à ces plateformes de développer les playlists. L'album est déconstruit et l'auditeur adapte sa musique au moment et à son humeur. Dans la partie qui suit, nous avons choisi d'aborder plus précisément ces playlists.

3.1. Les playlists

« La possibilité de se constituer un univers musical personnalisable via la création de playlists en streaming, le choix d'un style musical ou d'une ambiance, la mise en « favoris », ainsi que le principe d'interactivité et de coproduction (plus ou moins important selon les sites) à partir de systèmes de votes ou de recommandations sont autant de potentialités ouvertes par la technique et qui diversifient et fractionnent les formes de consommation » (Granjon & Combes, 2007, p.26)

Selon Le Bart (2004) et ses activités de fans, la playlist qui a aujourd'hui remplacé la cassette, représente pour le fan, une manière de regrouper ses morceaux préférés pour se construire un produit personnalisé. En effet, l'auditeur devient donc curateur de son contenu car il organise lui-même ses écoutes. Sur certaines plateformes, il peut ajouter un descriptif aux playlists ou aux titres (Dupuy-Salle et al., 2016). Pour Micheau et al. (2017), elles représentent un des lieux majeurs de la collection musicale, elle permet de stocker, partager et afficher ses goûts. *« Par ces activités techniques et sémiotiques chacun tente de créer, au milieu de l'immensité de l'offre numérique, ses propres espaces de pratique » (Micheau et al., 2017, p.39).* Selon Detry (2013), à travers cette composition de playlists, l'auditeur crée sa propre écoute-événement et il découvre lui-même son univers musical. Pour lui aussi, une playlist signifie l'organisation de collections pour parvenir à l'écoute d'une musique désirée par le consommateur. Au-delà de la

pratique d'écoute, il parle de pratique de créativité car l'auditeur prend le temps de sélectionner ce qu'il veut écouter. Il conçoit ses playlists à partir de certaines contraintes personnelles. Il accorde une attention particulière à son expérience d'écoute. « *Il souhaite être surpris par un programme qui laisse la place aux incertitudes (par exemple en choisissant le mode aléatoire sur l'ensemble de sa collection)* » (Detry, 2013, p.10).

Pour aller plus loin dans cette pratique de création, Granjon et Combes (2007) ont étudié les amateurs profanes et experts. Les premiers apprécient leur musique sans chercher à en savoir plus, juste pour le plaisir. Et les seconds possèdent davantage de connaissances autour de leur sujet pour des raisons notamment professionnelles. Ils sont sans cesse à la recherche de la perle rare. Au niveau de la création de playlists, celle des amateurs profanes ressemble à un visionnage d'épisodes d'une série télévisée où le simple fait de posséder des goûts pousse à la découverte. Ils privilégient ce qu'ils sont persuadés d'aimer et ne vont jamais choisir des contenus inconnus et décalés. Leur écoute de playlists va s'adapter à leur ambiance du moment : « *D'une durée de vie généralement courte (le temps d'une soirée ou d'un trajet par exemple), elle offre la possibilité aux amateurs de conformer au mieux leurs programmations musicales à leurs états émotionnels* » (Granjon & Combes, 2007, p.328). En ce qui concerne la création des amateurs experts, ils vont édifier une collection constituée d'informations obtenues au préalable. De plus, Granjon & Combes (2007) ajoute que l'ordinateur domestique est considéré comme un véritable outil de gestion qui permet à ces amateurs de gérer l'ensemble des opérations liées à la gestion de leur écoute musicale, notamment la playlist.

Néanmoins, selon Detry (2013), créer une playlist requiert du temps. Les plateformes vont donc proposer des playlists déjà élaborées, basées sur les préférences des consommateurs. Toujours selon Detry (2013), ces derniers pourront écouter ces playlists en lecture aléatoire ou shuffle tout en étant satisfait de leur écoute même s'ils n'ont pas créé par eux-mêmes la playlist. Selon Micheau et al., (2017), nous pouvons, dans ce cas-ci, parler de la rhétorique du sensible car à travers la présentation esthétique de cette playlist proposée au consommateur, l'expérience musicale est mise en scène. Les titres choisis et l'affichage de certains artistes sur la couverture de cette playlist jouent un rôle prépondérant dans cette amélioration de l'expérience musicale. Pour que cette rhétorique du sensible ait de l'efficacité, il faut que les morceaux présentés soient donc agencés d'une certaine manière, afin de susciter des émotions, des sensations et des humeurs spécifiques chez le consommateur non créateur.

« Il s'agit en effet, par des images (photographies, logos, icônes, et dessins), par des choix de catégories, par la disposition de ces signes sur l'écran, de mettre en place le dispositif d'usages de la plateforme tout en représentant et désignant ce que seraient les expériences concrètes, sociales et sensibles, de la musique » (Micheau et al., 2017, p.45).

Un utilisateur qui ouvre une plateforme de musique pour la première fois ne va pas forcément voir immédiatement les titres ou morceaux mais plutôt la combinaison entre les titres et les images qui met en scène expériences, affects, goûts et genres musicaux (Micheau et al., 2017). Pour préparer au mieux les contenus à publier, une opération d'éditorialisation est mise en place par la plateforme à travers la sélection des morceaux ou playlists disponibles. Les équipes d'éditeurs de la plateforme, qui sont souvent des professionnels de la musique, valorisent symboliquement certains artistes, certaines ambiances ou certaines tendances actuelles (Dupuy-Salle et al., 2016). Micheau et al., (2017) vont plus loin dans la réflexion et suggèrent une transparence de la plateforme concernant les pistes d'écoute proposées aux auditeurs. *« L'explicitation des raisons pour lesquelles les propositions sont faites et par qui elles le sont permettrait en outre de construire une figure de l'énonciateur avec lequel l'interaction pourrait avoir lieu »* (Micheau et al., 2017, p.52). La rencontre entre éditeurs des playlists et les utilisateurs ne serait plus imaginaire mais cela pourrait se transformer en véritable échange autour de la musique. Même si les auteurs s'intéressent essentiellement aux plateformes présentes sur les sites internet, nous pouvons bien sûr l'appliquer à l'ensemble des plateformes de musique et affirmer qu'il serait préférable de rendre visible, aux yeux de tous, le lieu socioprofessionnel dans lequel évolue l'éditeur qui est responsable du choix des contenus publiés. Dans le sens de la numérimorphose, la playlist permet donc aux consommateurs de consommer la musique autrement. Maintenant, nous avons décidé d'approfondir cette consommation de la musique.

4. Consommation de la musique

Selon les statistiques de Granjon & Combes (2007) qui se sont essentiellement intéressés à la France, la consommation musicale est une pratique considérable puisqu'elle touche 92% des consommateurs, avec 39% qui en écoutent quotidiennement et 36% qui en écoutent une fois par semaine. Ils se sont aussi penchés sur la consommation des amateurs profanes et experts que nous avons pu déjà développer ci-dessus. Pour les amateurs profanes, l'écoute musicale symbolise avant tout un simple divertissement, un passe-temps qui ne mobilise à priori aucun effort cognitif particulier et qui permet de s'éloigner du poids parfois trop lourd de la vie

quotidienne. Ils réalisent une consommation éphémère de cette musique, ils écoutent les hits proposés et légitimés par le marché, leurs goûts ne sont jamais figés et peuvent sans cesse évoluer.

Nous pouvons ici reprendre les fans. Même si, comme nous avons pu le voir, ils maîtrisent souvent leur sujet sur le bout des doigts, c'est souvent par passion et non pour des raisons professionnelles. Mais, en ce qui les concerne, nous ne pouvons absolument pas parler de consommation passive puisqu'ils développent un nombre incalculable de pratiques d'écoute et vont participer au processus créatif et musical de leur artiste favori dans sa globalité (Galluzzo et Gallan, 2013). Ils accordent une grande importance au plaisir éprouvé lors d'une activité et cela s'applique pleinement aux fans écoutant leur chanteur (Fourquet, 2012). À travers la musique et peu importe le support utilisé, le fan est toujours accompagné de sa star.

Selon Bertin (2010), une pratique de l'écoute musicale, c'est bien sûr écouter mais aussi ressentir et reconnaître dans des environnements et des situations. « *Je suis de ceux qui pensent qu'il faut choisir son moment pour écouter une musique qui est au diapason avec ses besoins. Nous écoutons de la musique tous les jours car elle est maintenant disponible et accessible partout et à tout moment* » (Rochon, 2022, p.77). Les appareils électroniques utilisés par le consommateur pour l'écouter vont lui permettre l'évasion, le réconfort et l'adaptation à des situations difficiles. La musique devient un rempart sonore contre le monde extérieur. « *La musique est censée solliciter une intériorité à laquelle la vie sociale ordinaire ne permet pas d'accéder* » (Le Bart, 2004, p.288). Le consommateur va privilégier les morceaux qu'il connaît et qu'il a l'habitude d'écouter.

À travers divers événements, la musique peut aussi favoriser la nostalgie : « *Que ce soit en boîte de nuit, à des obsèques, ou dans une émission de radio où les auditeurs sont invités à se tourner avec nostalgie vers le passé, la musique, plus que toute autre forme culturelle, est censée offrir la voie la plus efficace vers l'intensité émotionnelle* » (Hesmondhalgh, 2007, p.217). Pour l'auteur, la nostalgie musicale signifie le fait que la musique est capable de faire ressurgir chez l'individu, des souvenirs, des émotions ou encore des expériences passées. De plus, l'écoute en rue devient une pratique courante, elle pousse au caractère imprévisible d'une situation (Debruyne, 2015). « *Voir quelqu'un réaliser une écoute privée dans un espace public est alors quelque chose de complètement neuf* » (Detry, 2013, p.2). Selon lui, le fait que les pratiques d'écoute se succèdent chez les auditeurs pousse ces derniers à privilégier certaines pratiques plutôt que d'autres dans le but d'atteindre un certain confort d'écoute et d'éprouver un sentiment de sécurité. Detry (2013) parle aussi d'écoute flottante pour désigner la musique

qu'une personne n'écoute pas vraiment. La musique diffusée est secondaire et la personne n'y prête pas vraiment attention. Cette écoute ne laisse souvent aucun souvenir. À l'inverse de cette écoute flottante, nous pouvons notamment parler de la musique en tant que pratique concomitante.

4.1. La musique comme pratique concomitante

« *Ce qui apparaît également est que la pratique d'écoute n'est jamais une pratique en soi. Elle n'est qu'une activité concomitante d'une autre* » (Patriarche et al., 2009, cité par Detry, 2013, p.7). En effet, toujours selon Detry (2013), la musique va simplement s'intégrer dans une activité déjà existante et permettre d'effectuer plusieurs tâches en même temps. Nous écoutons de la musique tout en réalisant une activité avec un minimum d'attention ou d'inattention, cela dépend évidemment du caractère de la situation parce que certaines activités requièrent une forte concentration et ne nécessitent pas toujours de couche supplémentaire auditive telle que la musique. Bertin (2010) avait déjà étudié le sujet et précisait que l'écoute de la musique était concomitante à des activités comme cuisiner, travailler ou prendre un transport en commun.

« En profitant de moments creux sans de nombreuses sollicitations comme dans un voyage en train, l'auditeur peut réaliser une écoute très attentive. Eventuellement, l'association avec le paysage traversé peut contribuer à une expérience d'écoute enrichie où son et vision se coconstruisent. La musique change alors la manière de regarder le paysage et le paysage participe à notre perception de la musique écoutée » (Detry, 2013, p. 11).

Bertin (2010) ajoute que dans le cadre de cette pratique concomitante, l'activité d'écoute de musique prend le dessus sur l'autre activité que le consommateur est en train de réaliser en même temps que cette écoute. Finalement, l'autre activité devient une vulgaire toile de fond, une habitude. « *Cette pratique n'est alors qu'un support, un contexte créant les conditions d'une présence intense du sujet à l'écoute musicale* » (Bertin, 2010, p.38). En ce sens, Micheau et al. (2017) se sont intéressés aux pratiques concomitantes des jeunes et ont démontré qu'ils écoutaient principalement leur musique en pratiquant une activité sportive, en étudiant ou en prenant les transports en commun. Selon eux, à travers le numérique, les jeunes vont encore plus utiliser la musique comme pratique concomitante :

« Chez les plus jeunes de nos enquêtés (lycéens et jeunes étudiants), la musique numérique est fortement associée à la mobilité (les transports), aux temps interstitiels de la journée (pauses, vestiaires de sport), ou aux sociabilités entre pairs ou avec la famille. L'écoute a alors, individuelle ou collective, des intensités très variables » (Micheau et al., 2017, p.40).

Finalement, à travers son écoute, l'individu peut être projeté dans d'autres lieux ou événements. Plus cette pratique sera intense et longue, plus l'auditeur va répéter l'écoute de certains titres qu'il affectionne particulièrement. Par rapport au travail que nous avons réalisé dans notre chapitre précédent, nous pouvons affirmer que cette intensité d'écoute sera particulièrement présente chez les fans.

4.2. Réécouter pour mieux redécouvrir

« Chacun a pu faire l'expérience du plaisir procuré par la découverte soudaine d'une musique, et par le plaisir plus grand encore de la reconnaître lorsque, par le fait du hasard ou de la volonté, on l'entend de nouveau » (Bertin, 2010, p.29). En effet, qui n'a pas déjà, au moins une fois, réécouté un morceau qui lui a procuré un bonheur intense lors de la première écoute ? *« Pratiquer l'écoute d'un morceau de musique met en jeu à la fois la découverte, l'acquisition d'un savoir sur cette musique et l'irruption des affects dans le champ de présence d'un sujet qui doit être capable d'accueillir et de ressentir l'effet passionnel »* (Bertin, 2010, p.32). En lisant cette phrase, nous pouvons affirmer que la pratique de réécoute va s'activer chez l'auditeur, dès que dans un premier temps, il aura pris connaissance de la musique, puis acquis un savoir suffisant sur elle mais aussi sur les artistes qui en sont à l'origine et enfin, quand il aura développé suffisamment d'affects autour d'elle pour ressentir un effet passionnel. C'est à cet instant que la pratique de réécoute se met en place. Cette rencontre d'abord soudaine entre l'auditeur et sa musique va évoluer pour devenir une pratique répétitive et régulière, avec à chaque fois le désir pour l'individu, de retrouver une nouvelle émotion. Une interaction entre sujet-auditeur et son objet musical apparaît. L'auteur souligne que cette interaction se déroule sans aucune rétroaction car seul le sujet doit appréhender l'objet musical au fil des écoutes. Il n'y a pas de retour de l'autre partie, c'est à sens unique. Contrairement à d'autres pratiques répétitives, si l'individu choisit d'écouter régulièrement une musique, c'est uniquement par intention. La pratique est voulue et organisée, jamais subie.

« Ainsi, on constate que le choc émotionnel initial éprouvé par le sujet est suivi par un déploiement quantitatif (découverte et acquisition progressive de l'objet musical, accumulation des occurrences d'écoute), sans pour autant perdre de son intensité. L'éclat phorique se maintient et perdure au fil des écoutes » (Bertin, 2010, p.35). Pour illustrer cette pratique de réécoute, l'auteur a développé quatre schémas distincts. Le premier schéma est celui de la persistance :

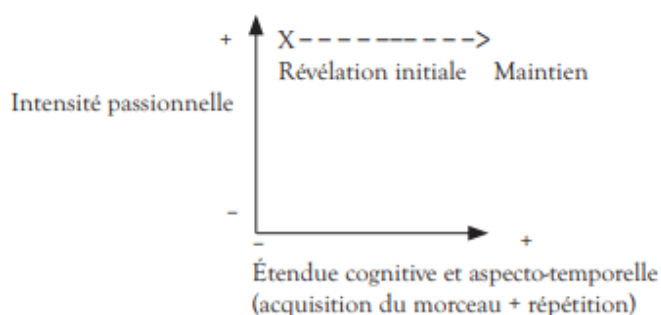


Figure 1 : Schéma de la persistance

10

La passion de l'auditeur pour le morceau de musique va se propager à l'ensemble de l'objet musical et augmenter l'intensité passionnelle du sujet au fur et à mesure des écoutes. Il se passionne pour l'artiste derrière la musique et pour chaque élément pouvant la concerner. « En somme, plus on pratique le morceau de musique, plus on lui trouve de qualités et de valeur » (Bertin, 2010, p.35). Le second schéma est celui de la bonification :

¹⁰ Bertin. (2010). *Écouter et réécouter - La musique au fil des jours*. Protée, 2010, p. 35, capture d'écran, <https://www.erudit.org/fr/revues/pr/2010-v38-n2-pr3967/044949ar.pdf>

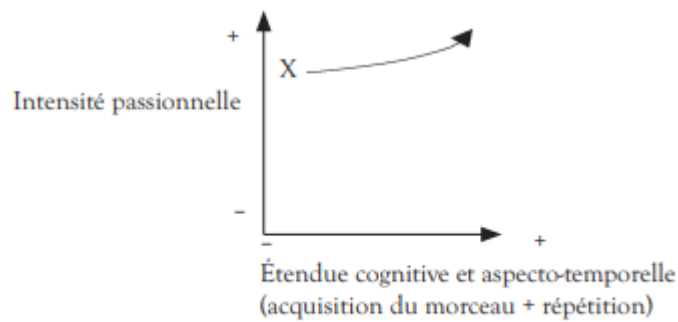


Figure 2 : Schéma de bonification

11

Après avoir épuisé sa découverte initiale de la musique, la pratique de la répétition vient renforcer le sentiment éprouvé par l'individu qui devient encore plus profond et généralisé. Le troisième schéma abordé est celui de l'apprivoisement :

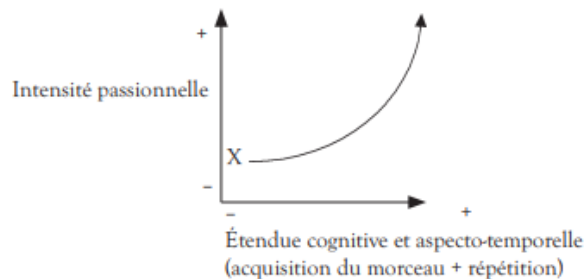


Figure 4: Schéma d'apprivoisement

12

L'accumulation des connaissances et la pratique excessive des écoutes de la musique va révéler progressivement sa valeur passionnelle à l'auditeur. « *La répétition régulière permet d'apprivoiser l'objet musical et, en le connaissant mieux, de se donner toutes les chances de «finir par l'aimer»* » (Bertin, 2010, p.36). Le quatrième et dernier schéma est appelé par l'auteur, schéma de dilapidation :

¹¹ Bertin. (2010). *Écouter et réécouter - La musique au fil des jours*. Protée, 2010, p. 35, capture d'écran, <https://www.erudit.org/fr/revues/pr/2010-v38-n2-pr3967/044949ar.pdf>

¹² Bertin. (2010). *Écouter et réécouter - La musique au fil des jours*. Protée, 2010, p. 36, capture d'écran, <https://www.erudit.org/fr/revues/pr/2010-v38-n2-pr3967/044949ar.pdf>

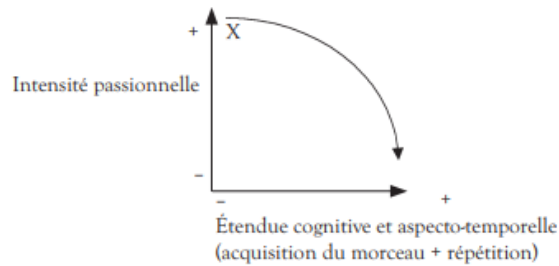


Figure 3 : Schéma de dilapidation

13

Au fil des écoutes, l'intensité émotionnelle ressentie au début par l'auditeur va décliner lors de chaque répétition. « *La musique est comme consommée à chaque écoute, sans calcul et sans modération, et sa valeur modale et passionnelle, étant comme une ressource limitée et périssable, diminue en proportion de son utilisation* » (Bertin, 2010, p.36). C'est l'épuisement d'une richesse qui était pourtant disponible au départ et l'apparition de la lassitude. Pour l'éviter, l'auteur suggère d'adapter ses fréquences d'écoute et de répétition à travers la programmation. L'auditeur doit être capable d'interrompre son cycle d'écoute pour préserver ce qu'il a pu ressentir initialement.

À l'inverse, il parle du phénomène de l'écoute en boucle où un cycle discontinu d'écoutes produit au départ par l'individu va évoluer jusqu'à une consommation de plus en plus rapprochée pour s'étaler finalement sur un flux continu d'écoutes. Ce phénomène va généralement produire un sentiment d'ivresse chez l'auditeur. Pour approfondir les propos de l'auteur, nous pouvons affirmer que la répétition d'une écoute c'est la rencontre entre la personne elle-même, le monde et les autres. En effet, Bertin (2010) montre que la musique fait apparaître des souvenirs, des lieux ou encore des moments de vie chez l'auditeur. D'une certaine manière, la répétition favorise donc une logique relationnelle. Dans la prochaine partie, nous avons décidé de nous intéresser plus en profondeur à l'écoute de musique comme logique relationnelle

4.3. Construction d'une logique relationnelle

Selon Chaney (2010), toutes les formes d'arts véhiculent une logique relationnelle et la musique ne fait pas exception à la règle. En effet, le consommateur de musique va rechercher des informations de manière informelle auprès de professionnels, du public ou à travers le bouche à oreille. L'auteur souligne qu'aujourd'hui les artistes cherchent à élaborer une stratégie de

¹³ Bertin. (2010). Écouter et réécouter - La musique au fil des jours. Protée, 2010, p. 36, capture d'écran, <https://www.erudit.org/fr/revues/pr/2010-v38-n2-pr3967/044949ar.pdf>

marketing relationnel où ils se rendent plus disponibles. À travers ses différents réseaux sociaux, Matt Pokora joue beaucoup sur ce côté relationnel en mettant notamment en avant sa vie de famille et sa passion pour le sport. Chaney (2010) ajoute que les consommateurs peuvent participer directement aux contenus de carrière de leur artiste favori. Concernant Matt Pokora, les fans ont considérablement contribué au succès de la chanson *Quand même* avec plus de 2 millions de streams en quelques semaines¹⁴.

Selon Granjon & Combes (2007), l'échange de contenus musicaux entre interlocuteurs se déroule lors d'événements spéciaux et festifs (sorties, fêtes ou soirées) et dans la plupart des cas, les personnes sont informatisées et ont la possibilité de télécharger les contenus. Ils affirment également que ces échanges dépendent du réseau relationnel (famille, amis, collègues) amateur ou expert des personnes concernées. Rochon (2022) va plus loin car selon lui, la musique est liée à notre évolution, elle occupe un rôle de ciment social qui renforce nos liens sociaux. Elle résout toute forme d'animosité pouvant être présente au sein des groupes sociaux et elle permet d'établir des hiérarchies stables de soumission et de domination (berceuse ou hymne national). L'auteur ajoute que c'est aussi un outil de gratification, de beauté, de plaisir et de divertissement qui favorise l'amitié.

Selon Chaney (2010), avant d'échanger avec son entourage ou groupe d'amis autour d'un artiste, l'individu va d'abord s'investir personnellement dans la carrière de cet artiste. « *Il y a effectivement un lien entre l'artiste et son public mais ce lien se matérialise par les échanges entre consommateurs permis par l'artiste* » (Chaney, 2010, p.156). Bien que les artistes et consommateurs possèdent d'abord une vision commune au niveau artistique, ils partagent également d'autres intérêts communs comme le souhait que la relation se prolonge dans le temps et le refus d'oublier les expériences passées enrichissantes. Parmi ces expériences à ne pas oublier, nous pouvons citer les premiers succès d'un chanteur car peu importe la tournée, les fans désireront toujours voir leur star interpréter certains titres. En qui concerne Matt Pokora, il a notamment déclaré¹⁵ que pour sa setlist de la tournée des 20 ans, c'était relativement compliqué de faire une place aux nouvelles chansons tout en gardant en tête les anciennes depuis le début de sa carrière. Il a décrit cela comme un véritable *Tetris* et il a dit qu'il était

¹⁴ Delta FM. (s.d.). M Pokora frappe fort : « Quand même » séduit ses fans dès la première écoute. Consulté le 4 mai 2026, sur <https://www.deltafm.fr/m-pokora-frappe-fort-quand-meme-seduit-ses-fans-des-la-premiere-ecoute>

¹⁵ Le Mensuel Magazine. (2023,23 janvier). Interview de Matt Pokora au Kiss FM Live pour son album "Épicentre" et sa "Tournée des 20 ans" [Vidéo]. Youtube. https://youtu.be/0br_7C0RqXM?si=TpSjO-7BCpYyk7K6

obligé d'en sacrifier certaines sinon le concert aurait pu durer 3h30 ! Un dialogue continu se construit à travers l'intermédiaire des communautés de fans que nous avons pu aborder ci-dessus. Un processus d'identification culturelle va apparaître, c'est-à-dire qu'un sentiment d'appartenance et d'identité partagée, en lien avec la musique, va se développer au sein de ces communautés (Rochon, 2022).

D'une certaine manière, l'album qu'un artiste sort lui apporte un éclairage médiatique et lui permet de revenir sur le devant de la scène, au niveau de l'actualité. Dans le même temps, par l'intermédiaire de cet album, l'artiste lance évidemment une nouvelle tournée. Dès l'annonce de cette tournée, la base de la relation entre public et artiste n'est plus seulement de source indirecte (musique enregistrée sur support physique ou numérique) mais devient directe à travers le concert. À ce moment précis, la disponibilité de l'artiste, ses prestations scéniques et la confiance qui lui est accordée se trouvent au cœur de la relation entre l'artiste et ses consommateurs (Chaney, 2010). Dans une interview¹⁶, Matt Pokora a confié qu'il accordait beaucoup d'importance au premier concert d'une tournée car à travers les regards du public, il va vouloir obtenir un premier feedback. Pour terminer cette revue littéraire et poursuivre cette logique relationnelle entre un artiste et ses fans, nous avons décidé de nous intéresser aux clips. Malgré leur présence moins considérable notamment avec la disparition des chaînes MTV, ils occupent encore une place importante dans certaines communications d'artistes et nous pouvons affirmer que c'est le cas de Matt Pokora qui en sort encore minimum cinq par albums. Par exemple, pour *Pyramide*, en 2019, il en avait sorti sept clips.

4.4. Le clip

Comme nous avons pu le voir ci-dessus, la numérimorphose a permis aux artistes de diffuser des formes textuelles distinctes sur une immense variété de supports. Entre ces supports, plus aucune frontière n'existe. La chanson individuelle est privilégiée. À travers YouTube, Internet a permis de rendre accessible la voix des célébrités (Stever, 2017). « *De fait, aujourd'hui, le streaming vidéo représenterait plus de la moitié (55 %) de la musique consommée en streaming, dont l'écrasante majorité proviendrait de YouTube* » (Kaiser & Spanu, 2018, p.3). À la fin des années 1970, Straw (2018) ajoute que la durée entre chaque sortie d'album des artistes devient plus longue. Cela s'explique par une pénurie de nouveautés et un manque d'évolution de certaines carrières individuelles.

¹⁶ IMPORTANT TALK (2024, 3 avril). MATT POKORA PARLE BUSINESS, MINDSET, ET INVESTISSEMENT (Feat Taylor Chiche). [Vidéo]. Youtube. https://youtu.be/OiaU-LACD8o?si=FJ_zlN0YePP0cpee

De plus, il est important de souligner qu'à travers les radios, les ventes d'albums ne décollent pas car les noms des titres diffusés ne sont la plupart du temps, pas écrits et peuvent être rapidement oubliés par les auditeurs. Pour combler ce temps et cette absence de reconnaissance, les artistes prennent la décision de sortir ce que l'on appelle des singles, autrement dit, ils sélectionnent et publient deux ou trois titres conçus dans le but de promouvoir leur album. En plus de ces singles, le clip vidéo va permettre une institution de la chanson comme marketing de l'album. C'est l'artiste lui-même qui choisit le titre qu'il veut voir prendre vie dans un clip (Straw, 2018). Selon l'auteur, le clip vient bousculer une certaine dynamique installée depuis les années 1970 au niveau identitaire. « *En cela, il participe à une tendance plus générale au démantèlement du lien entre chanson, album et identité de l'interprète, une cohérence d'ensemble qui avait été au cœur de la signification des musiques rock/pop des années 1970* » (Straw, 2018, p.21). Il s'établit grâce à une relation entre des besoins élémentaires comme le choix des thèmes proposés ou encore la nécessité d'une conclusion marquante et l'hétérogénéité de codes et matériaux visuels le constituant.

Ayant comme ancêtre le scopitone et apparu approximativement entre 1960 et 1970, le clip a véritablement gagné de l'importance avec la création des chaînes musicales comme MTV vers 1980. Suite à cette création, Straw (2018) met en avant deux prémices plutôt négatives : la première c'est que le clip vidéo rendait l'image plus importante que la musique, ce qui pouvait être néfaste pour les artistes possédant une image plus pauvre. Kaiser & Spanu (2018) parlent d'éloignement du regard : « *À moins de représenter exclusivement des artistes en action, le clip déplace le regard, il l'éloigne du travail du musicien pour l'emporter vers des formes narratives plus ou moins abstraites* » (Kaiser & Spanu, 2018, p. 12). Et la seconde, c'est qu'il réduisait la liberté interprétative des auditeurs (Straw, 2018). D'une certaine manière, il imposait certaines interprétations visuelles et narratives où l'auditeur ne pouvait pas apporter son propre sens à la musique qu'il écoutait.

Au contraire, pour Kaiser & Spanu (2018), le clip n'empêche pas les interprétations visuelles. Les images ajoutées au son de chaque production audiovisuelle permettent des formes d'énonciation chez les spectateurs. « *Le terme de clip renvoie effectivement à une multitude de productions audiovisuelles qui mobilisent des sons et des images dans une relation à chaque fois spécifique* » (Kaiser & Spanu, 2018, p.19). Certains vont adhérer au sens produit mais d'autres non. « *Le clip peut ainsi fonctionner comme un générateur de représentations musicalisées du temps, de l'espace et des identités* » (Kaiser & Spanu, 2018, p.13). Selon eux, le clip c'est le lancement de l'exposition d'un artiste même si aujourd'hui, c'est moins

marquant. Avant, ils étaient visibles un peu partout sur différents espaces publics et même parfois, sans son (Kaiser & Spanu, 2018) mais actuellement, ce n'est plus tellement le cas. Aujourd'hui, c'est la performance qui prime : « *Plus généralement, les mises en image des musiques populaires sont de plus en plus sophistiquées, et les performances de plus en plus poussées et recherchées. Cette course effrénée est particulièrement visible en France, où une French touch du clip est à l'œuvre depuis de nombreuses années* » (Kaiser & Spanu, 2018, p.1).

Dans un autre registre, la production de clips va permettre d'attirer un public plus jeune et de traiter d'une certaine manière les adultes comme les adolescents car certains adolescents touchés par ces clips ne vont pas hésiter à les montrer au sein de leurs foyers (Frith, 1993, cité par Kaiser & Spanu, 2018). Dans ce cadre-là, c'est la plateforme YouTube qui est sollicitée et selon Kaiser & Spanu (2018), la plateforme est pensée pour offrir une expérience optimale aux consommateurs :

Malgré l'apparence de simplicité de l'architecture du site, chaque visionnage de clip enclenche un dispositif visant à poursuivre l'expérience plus longuement, par le biais d'un mode de recommandation sophistiqué auquel les utilisateurs actifs sont encouragés à se former (pour augmenter la visibilité de leurs contenus). À cela s'ajoutent d'autres indicateurs, comme le nombre de vues, qui fonctionne, de manière indirecte, comme les hit-parades, dans la mesure où ils induisent une conception plus ou moins abstraite de l'écoute collective, à la manière de ce que l'on observe déjà à la télévision (Kaiser & Spanu, 2018, p.18).

Selon le propos¹⁷ de Matt Pokora, nous pouvons affirmer que le clip YouTube a joué une importance majeure dans sa carrière puisqu'à la suite de son album en anglais, les radios n'ont pas voulu de *Juste une photo de toi* et le clip publié sur YouTube a justement permis de transformer la chanson en tube grâce au nombre de vues. À partir de là, les gens ont commencé à aller rechercher ce qui leur plaisait.

Pour terminer, Kaiser & Spanu (2018) soulignent qu'aujourd'hui, les réseaux sociaux représentent un intermédiaire essentiel entre les clips et le public. Ils disent même que

¹⁷ En Amis Proches – Camino TV, chaîne YouTube, consultée le 4 mai 2026, https://www.youtube.com/@enamisproches_caminotv

Facebook propose son propre service d'hébergement où le visionnage d'un clip est partagé directement par les utilisateurs dans leur fil d'actualité.

Les théories abordées tout au long de cette partie nous ont permis d'insister sur certaines formes d'engagement élaborées par les fans et d'étudier avec précision les pratiques d'écoute qui représentent aujourd'hui une source essentielle dans la relation entre fans et artiste. Ces nombreuses connaissances, maintenant acquises vont nous servir davantage à mieux comprendre notre terrain et à analyser les pratiques de fans de Matt Pokora de la meilleure des manières. Mais avant de parler réellement d'analyse, nous allons présenter, en détail, la méthodologie choisie pour mener à bien notre travail.

Deuxième partie : la méthodologie de recherche

Dès à présent, nous pouvons nous pencher avec attention sur notre problématique et tenter de répondre à notre question de recherche qui est la suivante : « En quoi les pratiques d'écoute de la musique de Matt Pokora témoignent-elles de l'engagement de ses fans ? » Pour y apporter les meilleures réponses possibles, nous avons décidé de plonger au cœur de la communauté de fans de l'artiste et de nous concentrer plus précisément sur leurs pratiques d'écoute de sa musique.

Grâce à cet état de l'art constitué ci-dessus, nous avons pu assimiler suffisamment de connaissances théoriques autour du sujet qui nous préoccupe . Nous avons étudié avec précision la notion de fans et nous avons également pu explorer les différentes pratiques d'écoute musicale. Plus précisément, nous avons pu réunir plusieurs concepts et définitions pour aborder au mieux notre question de recherche. « *Le but de tout travail de recherche, et quelle que soit son ampleur (mémoire ou thèse), a pour vocation première de développer des « concepts explicatifs » qui facilitent la compréhension des processus sociaux que l'on se propose d'analyser, d'où sa visée explicative et sa recherche de sens* » (Uzunidis, 2007, p.101). Dans le même sens, ces recherches théoriques nous ont permis d'établir les premières bases de notre partie empirique.

1. Positionnement

Avant de décrire avec précision notre méthodologie, nous avons jugé préférable de préciser notre position. Pour Falgas (2016, p.9), l'aca-fan est un chercheur dont les travaux universitaires rejoignent les objets dont il est fan lui-même. Comme nous avons déjà pu le souligner, étant nous-même fans de Matt Pokora depuis plusieurs années, nous pouvons donc adopter cette position d'aca-fan. Selon Jenkins (1992, cité par Bourdaa, 2018), en tant que chercheur, nous allons donc travailler avec une communauté qui partage la même passion que nous. C'est la combinaison entre notre position d'étudiante académique et notre posture de fan. Pour produire nos recherches, nous allons donc utiliser à notre avantage cette expérience de fan. Jenkins (1992, cité par Bourdaa, 2018) souligne que le chercheur doit impérativement adopter la position d'aca-fan dès le début de sa recherche. De plus, l'évolution numérique offre de multiples opportunités d'études : « *Les dispositifs de communication numériques promettent au chercheur aca-fan tout à la fois un moyen de s'immerger dans l'objet de sa passion, et d'y consacrer des recherches basées sur un matériau abondant et disponible* » (Falgas, 2016, p.10).

2. Méthodes de recherche

« *Toute méthode de recherche se définit, dit-on, par des procédures et des techniques dont la finalité est d'obtenir des réponses aux questions posées* » (Uzunidis, 2007, p.101). D'abord, il est crucial pour nous de préciser la méthode de recherche que nous allons utiliser tout au long de cette étude. Dans un premier temps, nous allons opter pour une méthode quantitative où grâce à un questionnaire¹⁸ partagé initialement aux fans de Matt Pokora, nous avons pu explorer les pratiques d'écoute et les formes d'engagement des fans dans leur globalité. Selon Wahnich (2006), les études quantitatives s'avèrent utiles pour connaître la composition d'un public, ses satisfactions et ses attentes. Elles permettent d'étudier la réalité de différentes pratiques.

Dans un second temps, nous allons favoriser une méthode qualitative car selon nous, elle s'impose comme étant la méthode la plus appropriée à notre public de recherche

¹⁸ Questionnaire en ligne réalisé via Google Forms dans le cadre de cette recherche sur les pratiques d'écoute et l'engagement des fans de Matt Pokora. Disponible à l'adresse : https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfFlcHgtRGgbQGurX_ZsqA3Ziw8hXa2OALc23o7867w4ulKAg/viewform?usp=sharing&ouid=108280632402717371721

que représentent les fans. Selon Kuitche Deffo et al. (2023), elle s'avère particulièrement pertinente dans l'approche, l'analyse et la compréhension des objets individuels et sociaux à des moments bien précis. « *La temporalité ici peut être appréhendée, non seulement à travers des événements historiques, des faits objectifs, mais également par le vécu des individus ou des groupes, leurs représentations, leurs affects et leurs réflexions* » (Kuitche Deffo et al., 2023. p.201). Elle se caractérise comme étant le résultat d'un processus intellectuel qu'un chercheur applique au phénomène ou objet humain qu'il étudie. À partir de ce travail, il va faire émerger à la surface des significations pour lui ou les autres.

Au niveau des hypothèses, nous allons opter pour une démarche inductive dans laquelle nos différentes observations vont nous permettre de délimiter certains faits qui une fois, associés ensemble, permettront la formation de ces hypothèses (Uzunidis, 2007). Comme nous allons étudier si les pratiques d'écoute des fans représentent véritablement leur engagement, cette démarche nous paraît la plus adaptée.

2.1. Questionnaire en ligne

Il y a quelques mois, nous avons donc pu soumettre un sondage en ligne aux fans de Matt Pokora. Selon Noreau (2022), il peut être envisagé lorsque le but d'une enquête est de recueillir l'opinion ou l'expérience d'un groupe relativement homogène. Ce qui est évidemment notre cas avec les fans. Selon Jean (2015), recourir à cette méthode possède de nombreux avantages. En effet, un questionnaire en ligne bien réalisé et plus flexible comporte moins d'erreurs qu'un questionnaire papier et comme le questionnaire est transmis en ligne, il permet à l'utilisateur d'y répondre quand il le désire. Il n'y a pas d'intermédiaire. Le chercheur ne contrôle pas l'environnement. Ce qui permettra selon Jean (2015) d'obtenir des données plus fiables et moins biaisées par l'intervieweur.

2.1.1. Objectif

À travers les questions posées, notre objectif était d'obtenir un cadre général concernant les fans de Matt Pokora et leurs pratiques d'écoute de la musique de l'artiste. Nous avons pu également prendre connaissance de quelques modes de consommation et d'interaction en lien avec ces pratiques.

2.1.2 Modalités de diffusion

Nous avons constitué ce sondage via la plateforme Google Forms car elle est facile d'utilisation et elle permet de consulter les statistiques de réponses en temps réel même si ces dernières vont

nécessiter une révision de notre part par la suite. Plusieurs communautés de fans présentes sur Facebook avaient accepté de le relayer et une communauté de fans célèbre, présente sur Instagram et qui s'appelle *Pokorafrance* avait gentiment partagé une story de notre projet.



19

Il est composé essentiellement de questions fermées à choix multiples abordant la fréquence d'écoute, les supports d'écoute, le rapport du fan à l'artiste et les relations sociales que le fan va se construire à travers sa passion.

2.1.3. Nombre de participants

Ce questionnaire nous a permis de recueillir 669 réponses entre le 01 décembre 2024 et le 29 janvier 2025. Nous avons pu constituer cet échantillon grâce à certaines communautés de fans qui ont représenté un intermédiaire entre notre projet et les participants. Bien que conséquent, ce questionnaire ne permet pas de représenter les statistiques de l'ensemble des fans mais offre une première vue globale des pratiques d'écoute et de l'engagement de la communauté de fans de Matt Pokora. De plus, nous ne pouvons pas établir un lien clair entre ce questionnaire et nos entretiens car il a été réalisé en amont. Même s'il nous a guidé dans l'écriture de certaines de

¹⁹ Capture d'écran réalisée par Jenny Dutillieux, 01/12/2024

nos questions d'entretiens, nous ne savons pas si les personnes interrogées ont pris part à ce questionnaire. Maintenant, nous allons nous intéresser plus précisément aux entretiens.

2.2. Entretiens

« L'enquête par entretien est ainsi particulièrement pertinente lorsque l'on veut analyser le sens que les acteurs donnent à leurs pratiques, aux événements dont ils ont pu être les témoins actifs ; lorsque l'on veut mettre en évidence les systèmes de valeurs et les repères normatifs à partir desquels ils s'orientent et se déterminent » (Blanchet & Gotman, 2014, cité par Boutin, 2019, p.24). Recourir à la méthode de l'entretien dans le cadre de notre recherche est donc tout à fait pertinent car pour s'intéresser aux pratiques de fans, il faut, avant tout, pouvoir comprendre le sens qu'ils choisissent de donner à ces pratiques. Selon Grawitz (2001, cité par Boutin, 2019), l'entretien est défini comme étant un procédé d'investigation scientifique basé sur un processus de communication verbale qui va permettre de récolter des informations afin de répondre à un objectif fixé préalablement. C'est ce qui le distingue de la simple conversation. Il est constitué de modalités de fonctionnement strictes et il établit une relation particulière entre l'interviewé et l'enquêteur. Ce dernier y joue un rôle actif. C'est un art qui évolue constamment. Au préalable, il requiert un savoir théorique. Il en existe plusieurs types distincts (Boutin, 2019). Plus précisément, pour notre recherche, nous avons choisi de réaliser des entretiens semi-directifs et narratifs.

2.2.1. Entretiens semi-directifs et narratifs

Premièrement, pour aller à la rencontre des fans de Matt Pokora, nous avons choisi d'effectuer des entretiens individuels et semi-directifs. Selon Imbert (2010), c'est une technique de collecte de données qui permet le développement de connaissances favorisant l'approche qualitative et l'interprétation. C'est un moyen permettant de découvrir la différence de l'autre. À travers ces entretiens, notre objectif est donc de comprendre l'engagement d'un fan en se penchant plus profondément sur ses pratiques d'écoute. Cette méthode va nous permettre d'établir un cadre dès le départ. Elle nécessite une cohérence du premier au dernier contact avec le fan, sans jamais y inclure trop de détails. Un sorte de contrat invisible s'établit entre l'enquêteur et son interviewé au niveau des thèmes abordés lors de l'entretien. Au sein de cet entretien, nous devons bien évidemment faire preuve d'empathie, de respect et de sens critique. Selon l'auteur, il s'avère parfois compliqué d'obtenir ces critères mais personnellement, nous pensons que grâce à notre position d'aca-fan, cet exercice

deviendra progressivement, plus naturel. Néanmoins, une juste distance sera nécessaire (Imbert, 2010).

Deuxièmement, nous allons encore plus préciser cette méthode d'entretien car nous voulons également y apporter un caractère narratif. À travers cet entretien narratif ou récit de vie, le chercheur pénètre dans le monde des sujets étudiés pour obtenir leurs propres versions des faits. Introduite dans les sciences sociales au 20^{ème} siècle grâce notamment aux travaux de l'école de Chicago, cette technique qualitative était initialement appelée « *histoire de vie* » en France pour rappeler l'expression américaine « *life history* ». Mais l'auteur souligne que cette traduction n'était pas assez précise et ne permettait pas de distinguer suffisamment l'histoire de vie d'une personne et le récit qu'elle peut elle-même personnaliser avec son propre vécu (Bertaux 1997, cité par Galligani, 2000). D'une certaine manière, c'est le sujet qui va s'emparer de la conduite de l'entretien (Galligani, 2000) en gardant toujours en tête les intérêts de recherche du chercheur communiqués dès la première prise de contact (Kuitche Deffo et al., 2023). L'objectif de cette technique est de récolter l'entièreté de l'histoire d'une personne. En effet, selon Bertaux (2010, cité par Kuitche Deffo et al., 2023) le récit qui sera récolté par le chercheur auprès de l'interviewé doit obligatoirement être complet et retracer la naissance du sujet, l'histoire de ses parents ou encore son origine sociale. Néanmoins, pour Galligani (2000), il n'est pas nécessaire de s'intéresser à la totalité de l'histoire d'un sujet. « *En effet, celui-ci peut se limiter à raconter à un chercheur (ou non chercheur) des épisodes de son histoire – des fragments de vie – en décrivant son existence intérieure, ses relations et ses actions dans des contextes sociaux particuliers* » (Galligani, 2000, p.22).

Dans le cadre de notre recherche, si nous faisons le lien avec ce que nous venons d'apprendre, nous pouvons affirmer que notre objectif ne sera pas de raconter l'entièreté de la vie de chaque fan mais de nous intéresser plus particulièrement à des fragments de récits en rapport avec les pratiques d'écoute de la musique de Matt Pokora qu'ils pourront nous partager.

2.2.2. Echantillonnage

Concernant notre recherche, notre public étudié sera donc exclusivement constitué de fans de Matt Pokora qui écoutent sa musique. Comme notre démarche est qualitative, nous n'avons pas jugé indispensable d'émettre d'autres exigences par rapport à

l'échantillon. Les personnes volontaires à notre recherche et la richesse de leurs discours seront privilégiés. Nous espérons simplement combiner à la fois des fans de la première heure et des fans plus récents. Au départ de notre recherche, nous espérions atteindre un échantillon de 10 et 15 fans mais finalement notre collecte de données s'est poursuivie jusqu'à saturation et en fonction du désir de participation de nos enquêtés.

2.2.3. Contacts des participants

Dans un premier temps, pour trouver des fans qui accepteraient de participer à nos entretiens, nous avons d'abord créé un groupe Facebook privé le 30 novembre 2024 que nous avons appelé « Mon mémoire autour des MP fans ». Nous avons choisi de le mettre en privé pour éviter les faux comptes de fans. Pour attirer plus de personnes vers notre groupe, nous avons partagé nos publications dans d'autres groupes Facebook constitués de plus de 1000 abonnés. Lors du dernier concert de Matt Pokora en Belgique, nous avons aussi demandé à une dizaine de fans de rejoindre notre groupe. Aujourd'hui, il compte 31 membres. Et finalement, grâce à nos publications dans les autres groupes cités ci-dessus, nous avons aussi pu rassembler une dizaine de fans qui ont accepté de participer à nos entretiens mais sans rejoindre notre groupe.

2.2.4. Guide d'entretiens semi-directifs et narratifs

Selon Pin (2023), même si un guide d'entretien s'avère nécessaire dans un entretien semi-directif, il ne doit pas être trop rigide. Son but est de permettre au maximum à l'enquêté de prendre la parole. Au fil de l'enquête, ce guide va continuellement évoluer et s'adapter aux différents interlocuteurs. En plus des critères d'explication initiale, il comporte des relances afin d'obtenir des informations plus recherchées. En ce qui nous concerne, il est divisé en deux parties (voir Annexe 1). Dans un premier temps, comme nous avons opté pour une méthode d'entretiens narratifs, nous avons choisi de laisser la liberté au fan interviewé de nous raconter ce qu'il souhaite, en lien bien sûr avec notre sujet. Il raconte et nous écoutons. Dans un deuxième temps, si le fan n'aborde pas toutes les parties souhaitées, nous avons préparé des questions par thèmes. Il y en a quatre : contexte et intensité d'écoute, écoute prolongée, origine de la passion et position de fan. Dans chaque thème, il y a des questions inspirées directement de la revue de littérature. Chaque question va nous permettre de répondre de près ou de loin à notre problématique.

Au cours des échanges, nous n'avons pas posé l'ensemble des questions mais nous les avons adaptées au déroulement de nos entretiens. Nous avons prévu une limite de temps entre 30 et 50 minutes, même si cette durée dépendait bien sûr des propos de nos enquêtés. Certains échanges pouvaient parfois prendre beaucoup moins de temps. Tout au long de ces entretiens, nous avons constamment pris des notes. Pour garder une trace de nos entretiens et pouvoir les réécouter à plusieurs reprises par la suite, nous avons choisi d'utiliser le logiciel *Movavi Screen Record* pour enregistrer les entretiens avec à chaque fois, la permission des fans. Lors de nos entretiens, une seule fan a refusé d'être enregistrée. Et concernant la retranscription de ces entretiens, nous avons utilisé le logiciel *TurboScribe*.

2.2.5. Profil des participants

Nous avons donc mené 30 entretiens auprès des fans de Matt Pokora. Plus précisément, notre échantillon est constitué de 27 femmes et 3 hommes. Avant chaque entretien, chaque fan devait compléter par écrit une fiche d'identité afin de nous permettre d'établir brièvement son profil dans la communauté de fans de Matt Pokora (Voir Annexe 2). Au niveau de leur position de fan, 19 sont fans depuis le début de carrière de l'artiste que ce soit avec les *Linkup* ou après en solo. Pour les autres, la passion est plus tardive (entre 11 ans et 20 ans). Au niveau de l'âge des participants, cela va de 19 à 52 ans.

2.2.6. Modalité des entretiens

En ce qui concerne nos premiers échanges avec les participants, ils se sont déroulés essentiellement via Messenger. Au départ, nous leur avons expliqué notre sujet dans les grandes lignes, ce que nous attendions concrètement de ces entretiens et la durée globale. Dans la continuité de notre discussion, une fois notre guide d'entretien bien établi, nous avons convenu d'une date et d'une heure d'entretien adaptée aux deux parties. La plupart du temps, nous arrivions à trouver un terrain d'entente mais le plus compliqué pour nous c'était quand l'un de nos participants annulait l'entretien exactement à l'heure prévue. Nous avons fait le choix de répartir nos entretiens tout au long du mois de février. Pour plus de facilités, nous écrivions nos différents rendez-vous pris dans un agenda papier. Au début de chaque entretien, nous lisions la consigne avec notre présentation du sujet et nos différents objectifs. Ensuite, nous laissions le fan raconter son histoire par rapport à Matt Pokora. Certains pouvaient développer leur parcours pendant trente minutes et d'autres pouvaient se contenter de cinq minutes. Et puis, nous venions avec nos questions supplémentaires en fonction de ce que le fan avait abordé dans sa partie narrative. Parfois, nous respections l'ordre de notre guide d'entretiens avec bien évidemment quelques petites relances nécessaires et parfois, il nous suffisait d'improviser.

Certains fans ne désiraient pas d'entretien par appel vidéo mais ils voulaient quand même participer à notre projet. Nous leur avons donc envoyé les questions par message écrit, certains y ont répondu par message vocaux et d'autres par écrit. Au total, sur 30, 8 entretiens se sont déroulés par écrit. Comme cela représentait un travail d'analyse complémentaire, nous avons décidé de glisser ces réponses écrites en annexe et de les utiliser si besoin (Voir Annexe 4).

2.3. Limites méthodologiques

Concernant l'élaboration de cette méthodologie, nous avons dû faire face à quelques limites. Tout d'abord, comme nous avons choisi de récolter nos participants par volontariat, cela peut conduire à mettre en lumière exclusivement les fans déjà investis dans les communautés autour de l'artiste. Ensuite, nous ne devons pas négliger qu'un écart entre ce que le fan dit lors de l'entretien et la réalité existe. En effet, au cours de l'entretien, le fan peut idéaliser sa relation à l'artiste ou ses pratiques d'écoute, ce qui ne serait pas le cas lors d'une observation. Enfin, étant nous-mêmes fans de Matt Pokora, nous pouvons influencer, sans le savoir, le déroulement de nos entretiens et l'analyse de nos données. Néanmoins, tout au long de notre recherche, nous avons, à plusieurs reprises, pris du recul par rapport à cette position de fan et adopté une position réflexive.

Troisième partie : analyse des résultats

Après avoir procédé à la retranscription de l'ensemble de nos données quantitatives et qualitatives (Voir Annexe 3), notre objectif dans cette partie est de présenter nos différentes analyses. Pour chaque partie, dans un premier temps, nous présenterons brièvement la méthode d'analyse choisie d'un point de vue théorique et dans un second temps, nous allons donc tenter d'analyser nos données pour tenter de répondre au mieux à notre question de recherche.

1. Analyse des données quantitatives

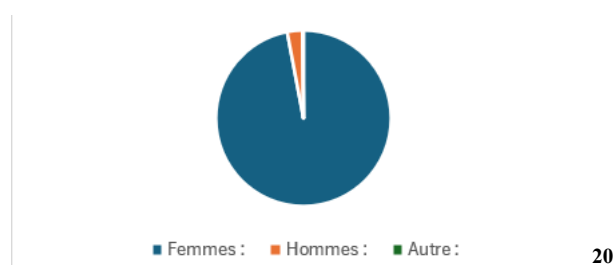
D'abord, nous avons choisi de nous intéresser à l'analyse des données quantitatives basée sur notre questionnaire. Cela va nous permettre d'illustrer les tendances générales des pratiques d'écoute et des formes d'engagement des fans de Matt Pokora.

1.1. Analyse statistique descriptive

En ce qui concerne les résultats de ce sondage, nous allons procéder à une analyse statistique descriptive. Selon Baccini (2010), cette méthode consiste à présenter les données de la manière

la plus synthétique possible tout en se basant sur une représentation graphique claire. Pour nos graphiques, nous avons utilisé des graphiques en barres pour comparer diverses catégories et montrer des fréquences, des diagrammes circulaires pour obtenir des pourcentages précis et des tableaux ont également été créés pour rassembler l'entièreté des données. Aucune hypothèse n'est demandée, le but de cette méthode est uniquement d'interpréter les résultats. Au départ de notre analyse, nous privilégierons une méthode unidimensionnelle où nous étudierons uniquement chaque question de manière isolée et puis nous croiserons les questions dans une démarche plus multidimensionnelle. À chaque étape de cette analyse quantitative, nous garderons bien sûr toujours en tête notre question de recherche.

Genre des participants



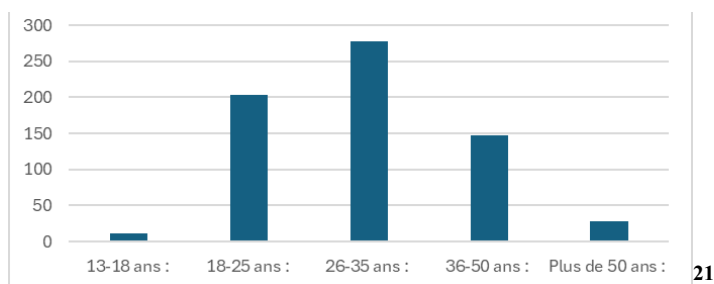
Femmes :	649
Hommes :	19
Autre :	1

Cette tendance forte suggère que même si les fans de Matt Pokora sont majoritairement des femmes, des hommes, bien que minoritaires, sont aussi présents. En ce qui concerne notre objet de recherche, ce pourcentage pourrait avoir un impact sur la suite de nos analyses portant sur les pratiques d'écoute notamment au niveau des différentes émotions éprouvées sur les chansons.

Moyenne d'âge

13-18 ans :	12
18-25 ans :	203
26-35 ans :	278
36-50 ans :	148
Plus de 50 ans :	28

²⁰ Ce diagramme circulaire montre clairement que la majorité des participants au sondage sont des femmes (97% contre 3% d'hommes et une personne se déclarant « autres »)

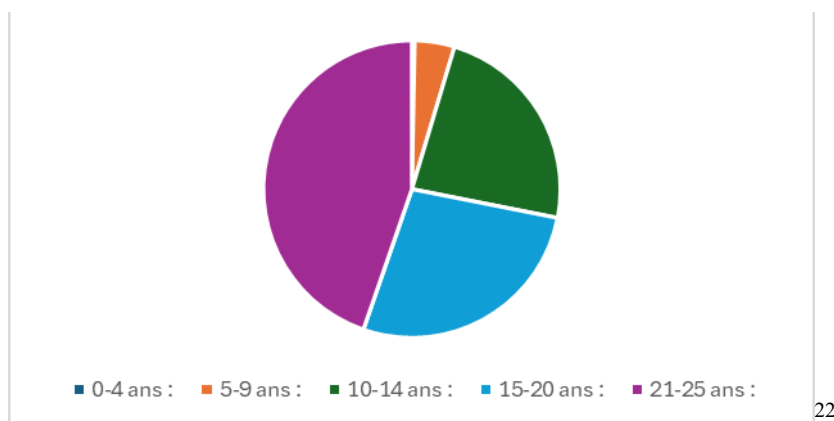


21

Comme c'est un public qui a grandi potentiellement avec Matt Pokora, les fans vont peut-être ressentir de la nostalgie par rapport aux débuts de l'artiste et développer une écoute plus régulière. On remarque qu'il y a beaucoup moins de fans de moins de 18 ans et de plus de 50 ans. Ici encore, cette observation peut influencer les formes d'engagement et les pratiques d'écoute représentées.

Longévité dans la fandom

0-4 ans :	2
5-9 ans :	29
10-14 ans :	157
15-20 ans :	182
21-25 ans :	299



22

À travers ce graphique, nous constatons une grande majorité de fans anciens. Cette tendance peut suggérer une forte fidélité des fans envers l'artiste depuis ses débuts.

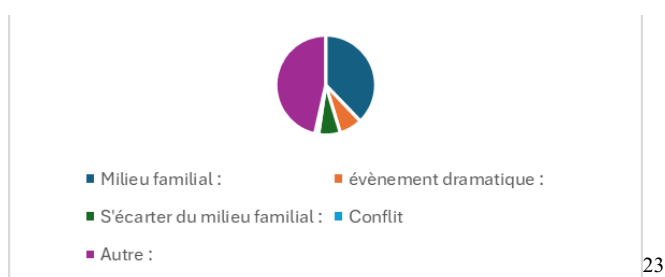
²¹ Ce graphique en barres montre que l'âge des fans interrogés est compris entre 18 et 50 ans, avec par exemple 278 fans pour la tranche 26-35 ans.

²² Nous pouvons constater que presque la moitié des répondants est fan de Matt Pokora depuis 20 à 25 ans (45%) et un quart depuis 15 à 20 ans (27%). Il y a peu de personnes, fans depuis 5 à 9 ans et aucune entre 0 et 4 ans.

Mais cette présence plus importante peut aussi s'expliquer par une plus grande diffusion de notre sondage au sein de groupes de fans actifs depuis longtemps mais aussi par le fait que Matt Pokora possède une fanbase solide et qu'il n'attire pas particulièrement de nouveaux fans.

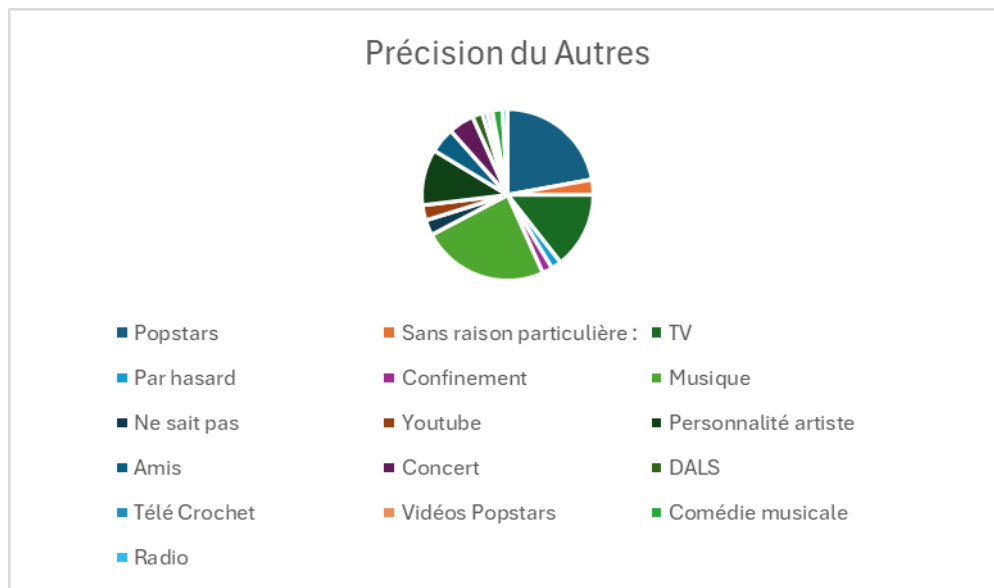
Evènement déclencheur de la passion

Milieu familial :	253
évènement dramatique :	50
S'écarter du milieu familial :	47
Conflit	8
Autre :	311



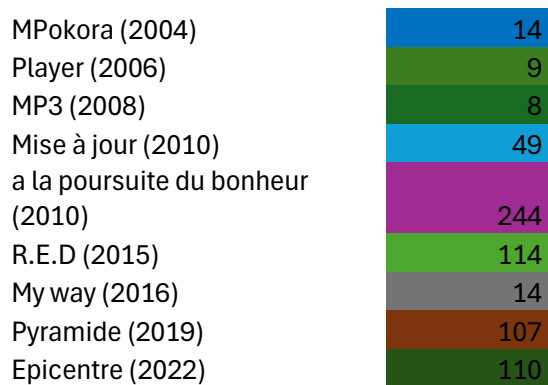
Popstars	23
Sans raison particulière :	3
TV	15
Par hasard	2
Confinement	2
Musique	25
Ne sait pas	3
YouTube	3
Personnalité artiste	11
Amis	5
Concert	5
DALS	2
Télé Crochet	1
Vidéos Popstars	1
Comédie musicale	2
Radio	1

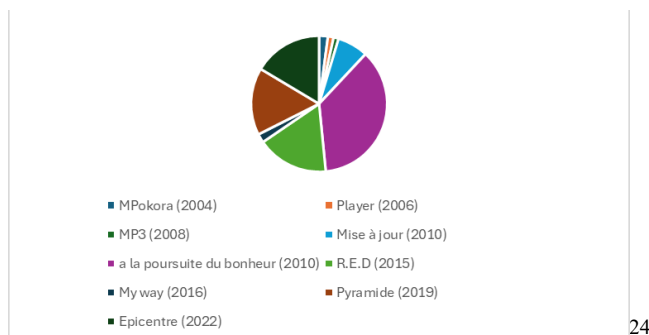
²³ Au niveau des événements déclencheurs de passion, nos répondants citent principalement la famille (38%), la musique (24%) et l'émission Popstars (22%). D'autres éléments comme la télévision, la personnalité de l'artiste ou « suite à un événement dramatique » ressortent également.



D'abord, il est important de souligner que les résultats du premier graphique circulaire sont basés sur nos propres propositions, issues de notre théorie et le second représente les propositions ajoutées par nos participants. À travers ces chiffres, nous pouvons remarquer plusieurs manières de découvrir Matt Pokora pour les fans : grâce au milieu familial, une découverte médiatique (à travers *Popstars*) ou une découverte par la musique en solitaire.

L'album favori des fans



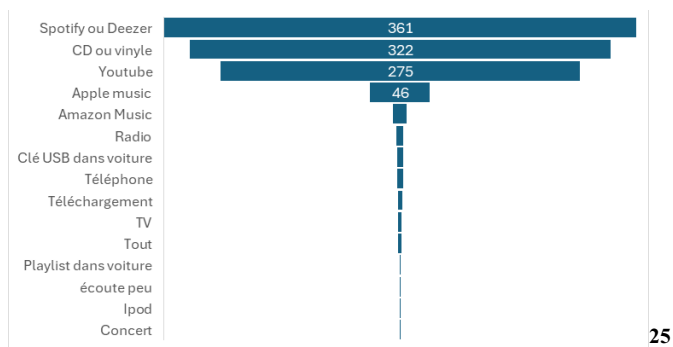


Il est important de souligner que nous n'avons pas repris *Adrénaline*, le dernier album, car il était à peine annoncé au moment de la publication de notre sondage. Si nous interprétons ces résultats, nous pouvons dire que peut-être les fans vont privilégier les albums associés à des moments de vie. Ils vont également peut-être s'identifier à des moments de carrière spécifiques de l'artiste en fonction de ses choix artistiques. Par exemple, pour l'album *MP3*, comme les paroles étaient en anglais, les fans s'y sont peut-être moins identifiés. La préférence d'un album constitue une forme d'engagement puisque le fan va s'approprier les albums et en faire son œuvre personnalisée.

Supports d'écoute utilisés

Spotify ou Deezer	361
CD ou vinyle	322
Youtube	275
Apple music	46
Amazon Music	11
Radio	6
Clé USB dans voiture	5
Téléphone	5
Téléchargement	4
TV	3
Tout	3
Playlist dans voiture	1
écoute peu	1
Ipod	1
Concert	1

²⁴ Selon les chiffres, l'album préféré des participants de notre échantillon est *À la poursuite du bonheur* (36%) suivi de *R.E.D* (17%), de *Epicentre* et de *Pyramide* (16%). *MP3* est le moins plébiscité.



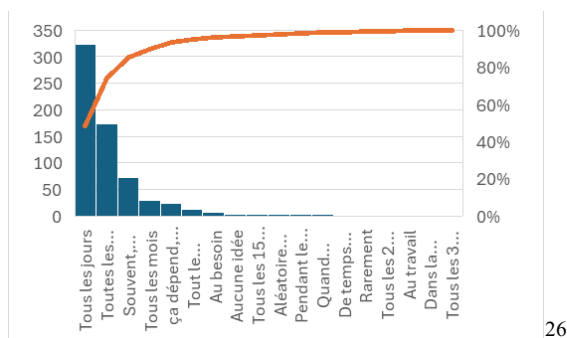
25

Nous trouvons important de souligner qu'en plus des propositions initiales, les participants étaient libres d'en ajouter d'autres. Ces résultats illustrent donc une domination des plateformes en ce qui concerne les supports d'écoute utilisés par les fans. Cependant, les CD et vinyles résistent encore. Même si aujourd'hui avec l'évolution numérique, les fans vont préférer l'accès rapide de leurs contenus musicaux via leurs smartphones, ils aiment encore détenir les supports physiques, peut-être uniquement en guise de collection ou pour montrer un soutien sans faille à l'artiste. Dans ce cas-ci, le streaming symbolise l'engagement quotidien des fans et les CD et vinyles vont représenter un engagement matériel. L'écoute en ligne via YouTube est aussi très importante pour les fans.

Fréquence d'écoute

Au travail	1
Dans la voiture	1
Tous les 3 mois	1
De temps en temps	2
Rarement	2
Tous les 2 jours	2
Aléatoire (playlists ou clés usb)	3
Pendant le temps libre	3
Quand nouvel album	3
Aucune idée	4
Tous les 15 jours	4
Au besoin	7
Tout le temps, H24	12
ça dépend, par période	24
Tous les mois	30
Souvent, régulièrement	73
Toutes les semaines	173

²⁵ On peut voir que les principaux supports d'écoute favorisés par les fans sont les plateformes de streaming (Spotify et Deezer) avec 361 utilisateurs. Les CD et vinyles sont encore bien présents avec 322 répondants. YouTube complète le trio avec 275 répondants.

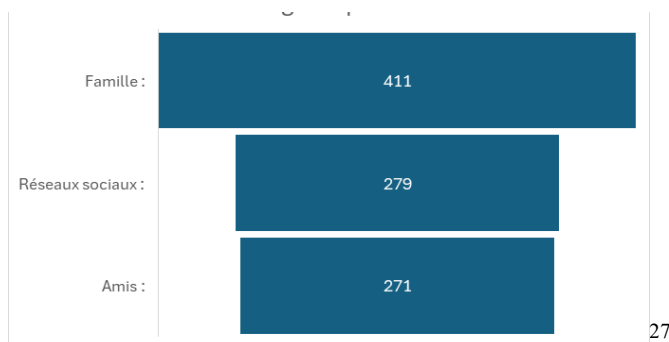


26

Ces résultats montrent que l'engagement des fans interrogés en ce qui concerne l'écoute de la musique est fort. La musique de l'artiste occupe une place centrale dans la vie de ses fans. La fréquence d'écoute peut donc représenter un critère important de l'engagement. Elle permet d'étudier à la fois la consommation régulière et l'écoute occasionnelle de la musique par les fans mais aussi les différences d'impact entre l'écoute par CD et par les plateformes de streaming.

Partage de passion

Famille :	411	-61,40%
Réseaux sociaux :	279	-41,70%
Amis :	271	-40,50%



27

Au niveau de l'interprétation, ces résultats indiquent peut-être que la passion sera mieux comprise par l'entourage, sans jugement la plupart du temps. Le partage de

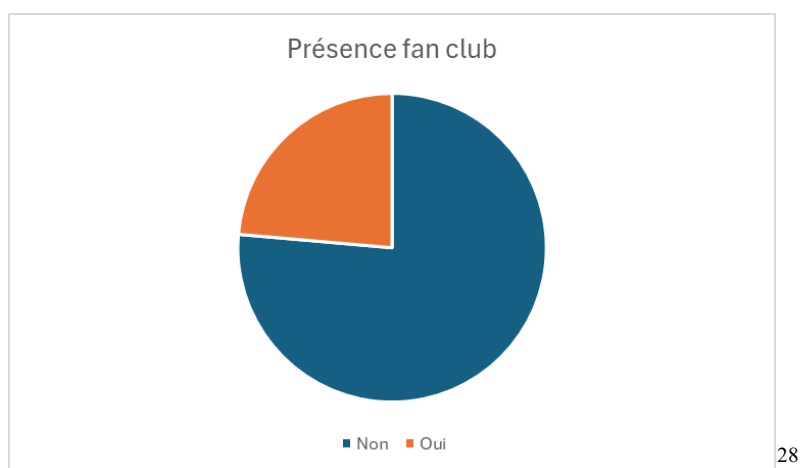
²⁶ Sur 669 de nos répondants, 324 écoutent l'artiste tous les jours et 173 personnes l'écoutent toutes les semaines. Le reste de l'échantillon se répartit entre une écoute régulière et une écoute plus rare.

²⁷ Concernant le partage de passion avec d'autres, les fans de Matt Pokora vont, dans un premier temps, choisir leur famille (61,4%) pour en parler. Dans un second temps, les réseaux sociaux (41,7%) et enfin, le cercle d'amis (40,5%).

passion pourra même se faire dans les deux sens, les fans font découvrir leur passion grâce à leurs parents ou à l'inverse, ce sont les parents qui sont vecteurs de passion pour les fans. Pour cette question, nous tenons à préciser que par « amis », nous entendons les connaissances que l'on se fait dans la réalité et par « réseaux sociaux », nous entendons les amis que l'on peut se faire virtuellement. À travers les réseaux sociaux, les fans vont peut-être trouver des gens qui leur ressemblent et qui partagent le même engouement qu'eux pour l'artiste. Et dans leur cercle d'amis, les fans peuvent avoir peur de faire face aux critiques. Les résultats peuvent suggérer une sorte de tension entre une passion vécue en privé avec la famille et une passion vécue en public. Si on lie cette question à notre objet de recherche, nous pouvons affirmer que les fans ne vont pas uniquement favoriser les pratiques d'écoute individuelle, mais aussi le partage et les interactions sociales pour renforcer encore plus leur implication envers l'artiste.

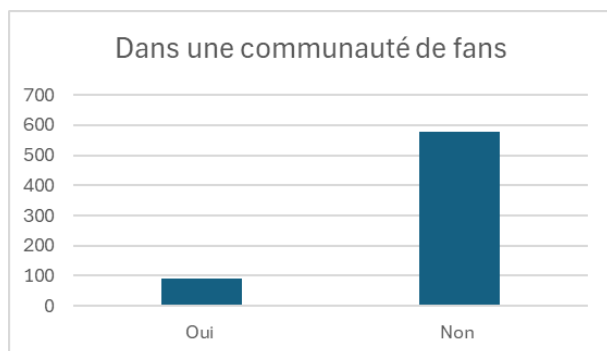
Présence dans un fanclub ou une communauté

Non	511
Oui	158



Oui	92
Non	577

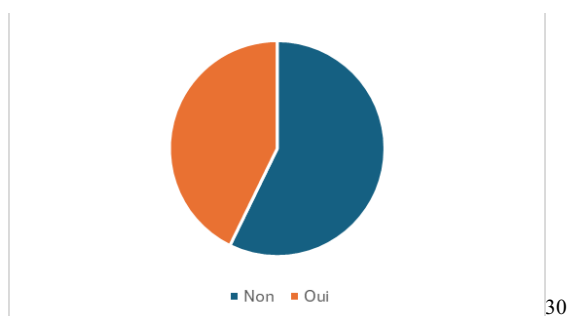
²⁸ Ici, nous pouvons voir qu'une majorité des fans interrogés (76%) ne se déclare pas membres de fan-clubs ou de communautés de fans particulières.



Avant tout, il est important de souligner pour cette question que Matt Pokora ne possède pas de fan-club en tant que tel. Au niveau de l'engagement, ces résultats peuvent montrer qu'aujourd'hui, les fans vont favoriser des pratiques individuelles et numériques à la place des collectifs officiels comme les fan-clubs d'avant.

Visite de la statue au Musée Grévin²⁹

Non	383
Oui	286



Même si cette question n'aborde pas les pratiques d'écoute, elle peut s'avérer pertinente concernant l'engagement des fans. En effet, dans ce cas-ci, c'est l'expérience qui est mise en avant, car les fans se déplacent pour voir la statue et avoir un contact différent avec l'univers de leur artiste.

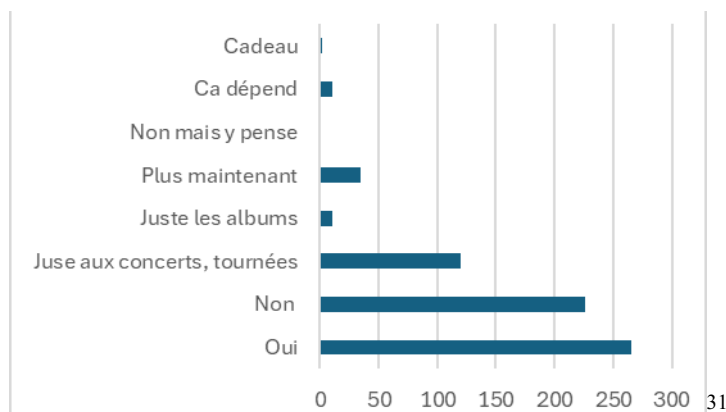
Produits dérivés

Oui	265
Non	226
Juse aux concerts, tournées	120
Juste les albums	10

²⁹ Son inauguration s'est déroulée en octobre 2013

³⁰ Ce diagramme circulaire concerne la visite de la statue de Matt Pokora au Musée Grévin. Une minorité de fans (43% contre 57%) affirme déjà l'avoir fait.

Plus maintenant	34
Non mais y pense	1
Ca dépend	11
Cadeau	2

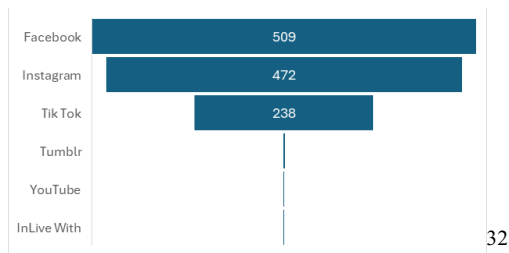


Ces différents résultats montrent que l'achat de ces objets, notamment lors des concerts, représente une forme d'engagement matériel où le fait de posséder ces produits dérivés est une réelle nécessité pour les fans. Ils ne vont pas hésiter à dépenser leur argent pour exposer leur passion en public. D'une certaine manière, les pratiques d'écoute vont favoriser cette collection d'objets dérivés. Grâce à nos entretiens, nous pourrions avoir plus de précision concernant ces produits dérivés.

Usage des réseaux sociaux

Facebook	509
Instagram	472
Tik Tok	238
Tumblr	3
YouTube	2
InLive With	2

³¹ Nous pouvons voir que les produits dérivés occupent une place très importante dans la vie de nos participants puisque sur 669 fans interrogés, 265 affirment en posséder (contre 226 non). Pour 120 d'entre eux, le concert représente le seul moment où ils vont être tentés d'acheter ces produits. 2 personnes seulement disent en recevoir comme cadeau et 34 n'en collectionnent plus aujourd'hui.



32

Ces résultats mettent déjà en évidence l'importance des réseaux sociaux pour les fans. Facebook et Instagram sont les plateformes les plus appréciées pour échanger avec d'autres fans et suivre le parcours de l'artiste. Même si comme on a pu l'analyser dans les questions précédentes sur les communautés de fans, les fans vont préférer des pratiques plus individuelles, ils aiment utiliser les réseaux sociaux pour parler de leur passion. Ils représentent une autre manière pour le fan de voir son artiste au-delà de la musique. Au niveau de notre objet de recherche, les réseaux sociaux vont justement permettre aux fans de prolonger leurs pratiques d'écoute en commentant et en partageant du contenu.

Participation aux concerts

Oui	653
Non	16



33

Au-delà de consommer leur musique sur divers supports, les fans vont se rendre aux concerts pour vivre les chansons autrement. Pour le concert, les fans vont investir financièrement. Et ils vont vivre la musique en immersion avec d'autres fans. Nous pouvons affirmer que le concert est une pratique d'écoute qui permet aux fans de vivre la musique différemment et de renforcer leur lien à l'artiste, car les fans le voient

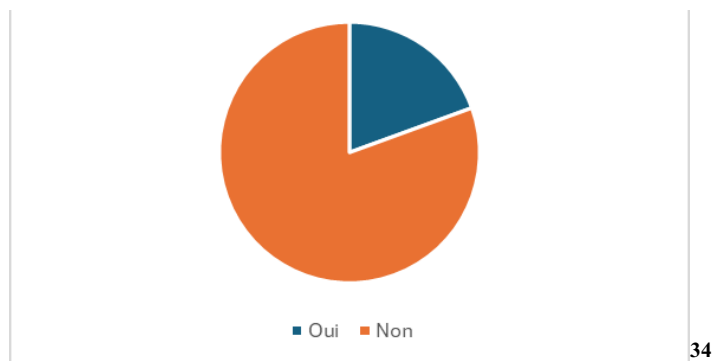
³² Nous pouvons constater que pour nos participants, Facebook est le réseau social le plus utilisé pour échanger autour de leur passion pour Matt Pokora (509 répondants). Instagram est aussi très utilisé (472 répondants). Nous pouvons aussi citer TikTok (238 répondants).

³³ Une grande majorité de nos participants a déjà participé à des concerts de l'artiste (98% contre 2%). Cela indique que le concert occupe une place importante dans la vie des fans de Matt Pokora.

chanter ses chansons, ils ne font pas que l'écouter. C'est un moment privilégié pour les fans.

Rassemblement avant les concerts

Oui	127
Non	526



Ce résultat montre que se rassembler avant un concert n'est pas une forme d'engagement importante pour les fans. Cela signifie qu'ils doivent sociabiliser avec d'autres et peut-être, être pleinement intégrés dans les communautés. Par rapport à l'artiste, ils vont s'impliquer autrement, notamment à travers l'écoute de sa musique, les interactions sur les réseaux sociaux ou l'achat des produits dérivés.

Finalement par rapport à notre objet de recherche que sont les pratiques d'écoute, l'ensemble de ces résultats renvoie à l'hypothèse que l'ancienneté des fans dans la passion pour Matt Pokora va avoir une incidence sur l'écoute qu'ils font de sa musique. Les albums de l'artiste vont aussi permettre aux fans de personnaliser leur propre écoute. De plus, les fans vont favoriser les plateformes de streaming pour une écoute quotidienne et les CD et vinyles pour un engagement matériel envers l'artiste. Même si les pratiques individuelles sont importantes, les fans apprécient les interactions sociales surtout dans leur cercle familial. Les réseaux sociaux et le concert apportent aussi une nouvelle dimension à la consommation musicale des fans.

Cette analyse unidimensionnelle nous a permis de faire ressortir les premières tendances concernant notre échantillon. Pour aller plus loin, nous allons tenter de

³⁴ 81% de nos participants affirment ne pas prendre part à des rassemblements de fans avant les concerts (contre 19%).

croiser ces différents résultats dans une analyse multidimensionnelle. Cela va nous permettre d'aller plus loin concernant les pratiques d'écoute et l'engagement des fans.

1) Ancienneté et fréquence d'écoute (Question 3 et 7)

Le croisement entre ces deux variables nous montre que les fans plus anciens vont développer une écoute plus intensive et quotidienne de la musique de Matt Pokora. Nous pouvons donc supposer que l'engagement des fans va se renforcer avec le temps, notamment en ce qui concerne les pratiques d'écoute.

2) Fréquence d'écoute et concerts (Question 7 et 14)

Si, dans ce cas-ci, nous croisons ces questions, nous pouvons suggérer que les fans qui écoutent régulièrement l'artiste vont se rendre plus souvent aux concerts. Les concerts vont leur apporter une autre approche de leur musique consommée au quotidien. D'une certaine manière, nous pouvons dire que les pratiques d'écoute encouragent de vivre une expérience.

3) Réseaux sociaux et fréquence d'écoute (Question 7 et 13)

Ce croisement s'avère très intéressant pour notre objet de recherche puisqu'ici, nous pouvons suggérer que les fans qui ont une écoute régulière de l'artiste vont développer une utilisation plus importante des réseaux sociaux. L'engagement des fans va se développer au-delà de l'écoute de la musique.

4) Supports d'écoute et partage de passion (Question 6 et 8)

Pour ce croisement, nous pouvons supposer que les fans vont utiliser plus particulièrement les plateformes de streaming pour écouter Matt Pokora avec d'autres et garder les supports physiques pour leur usage personnel. Le choix du support va donc avoir une influence sur le partage de passion. Les plateformes numériques encouragent l'interaction et les CD & vinyles permettent une consommation de la musique plus personnelle.

5) Fréquence d'écoute et supports d'écoute

Ce croisement entre ces deux variables nous permet de mettre en avant le fait que les fans qui écoutent Matt Pokora régulièrement vont privilégier les plateformes de streaming pour un accès rapide et instantané. Tandis que les fans qui ont une écoute plus aléatoire vont peut-être privilégier différents supports. Cela peut suggérer que le

choix du support va s'associer à la fréquence d'écoute des fans. Les plateformes numériques vont renforcer l'engagement.

En conclusion, cette analyse quantitative de données tirées de notre questionnaire nous a permis de dégager les premières tendances générales concernant les pratiques d'écoute et l'engagement des fans de Matt Pokora. Dans un premier temps, l'analyse question par question a montré que les fans écoutaient l'artiste quotidiennement, sur des supports variés et qu'ils personnalisait cette écoute à travers les albums. Dans un second temps, croiser les données nous a permis d'aller plus loin dans notre raisonnement. Nous avons pu supposer que ce sont les fans les plus anciens qui vont développer un engagement plus fort, notamment en ce qui concerne les pratiques d'écoute. Dans le même sens, les fans qui adoptent cette écoute régulière vont avoir tendance à se rendre plus souvent aux concerts pour une meilleure expérience. Et les plateformes de streaming vont être plus associées à cette écoute quotidienne. Nous pouvons donc affirmer que les pratiques d'écoute peuvent s'avérer essentielles pour mesurer l'engagement des fans. Elles permettent de mettre en avant la régularité, la diversité des goûts et des supports choisis et elles représentent un intermédiaire pour les réseaux sociaux. Il est important de souligner que dans notre cas, l'engagement est avant tout personnel mais que des expériences collectives vécues dans les concerts ou avec d'autres fans peuvent renforcer cet engagement. Enfin, il est crucial pour nous de rappeler que les résultats ci-dessus ont été obtenus, pour la plupart, près de fans déjà impliqués depuis longtemps dans la fandom de l'artiste, ce qui a pu avoir une influence sur nos différentes analyses et conclusions.

2. Analyse des données qualitatives

Dès à présent, nous pouvons nous pencher sur la partie la plus conséquente de notre travail qui est l'analyse qualitative. Pour traiter au mieux nos 22 entretiens, nous allons d'abord réaliser une analyse thématique (Voir Annexe 5). Selon Bardin (2003, cité par Lao, 2011) et Miles & Huberman (1994, cité par Lao, 2011), cette analyse consiste à prélever et organiser les différents thèmes présents dans les propos des personnes interrogées. Par la suite, nous procéderons à une méthode de codage de nos données qui consiste à regrouper les différents éléments issus des propos des fans interrogés en catégories, puis en thèmes et sous thèmes. Certains thèmes proviendront directement de notre guide d'entretiens et d'autres émergeront de nos discussions.

Utiliser ce mode de fonctionnement nous permettra vraiment de bien comparer les pratiques d'écoute des fans et leur engagement.

2.1. Intensité des pratiques d'écoute

L'analyse des entretiens met en évidence des variations au niveau des pratiques d'écoute des fans de Matt Pokora. En effet, nous avons pu observer différentes formes d'engagement. Certains fans vont adopter une pratique d'écoute intensive et quotidienne ; une participante affirme l'écouter tout le temps : « *j'écoute vraiment Matt mais H24* » (E6). Pour certains, cette écoute est devenue intensive suite à leur indépendance musicale vis-à-vis du milieu familial : « *Ben, qu'après, j'ai grandi et que je pouvais écouter ma musique tout seul* » (E7). Et les fans avec cette écoute intensive ont tendance à répéter leur écoute de certaines chansons à la suite. Une fan affirme remettre une chanson plusieurs fois d'affilée : « *Je peux l'écouter facile 5 fois d'affilée* » (E8). Plusieurs raisons peuvent bien sûr expliquer cette répétition d'écoute comme le désir de vouloir revivre un moment de concert : « *On sort du concert et on le remet en voiture pour refaire le trajet jusqu'à la maison* » (E6), le fait que les formats musicaux soient plus courts aujourd'hui, une interruption dans l'écoute ou encore pour ressentir des émotions différentes. Ces fans vont également développer une écoute plus exclusive où ils n'écouteront que Matt Pokora et une écoute plus solitaire : « *Non je mets mes écouteurs, je me mets dans ma petite bulle* » (E16).

À l'inverse, d'autres fans vont réaliser une écoute plus aléatoire à travers les albums de l'artiste. Une participante disait l'écouter intensivement sur une période de temps courte et aléatoirement sur une période temps plus longue pour éviter la lassitude sur certaines chansons : « *Il y a des jours aussi où ça m'arrive de ne pas du tout écouter* » (E2). Une autre fan affirmait ne plus l'écouter depuis MP3 mais avoir repris intensivement depuis *Adrenaline* (E9). Cette écoute moins significative de l'album en anglais peut renvoyer au fait que certains fans vont accorder de l'importance à la compréhension des paroles de chansons. Une participante affirmait justement ne pas adhérer aux textes en anglais : « *Fin, je sais que quand j'écoute ses chansons, j'écoute aussi les textes qu'il dit, et les chansons en anglais, clairement, j'adhère pas quoi* » (E8). Ici, les fans vont développer une écoute plus diversifiée où ils vont écouter d'autres artistes en plus de Matt Pokora.

Cette intensité d'écoute renvoie également à des usages numériques spécifiques. Les fans ont cité Spotify, Apple Music, Amazon Music ou encore Deezer. Ils accordent beaucoup d'importance aux statistiques d'écoute proposées par ces plateformes, car ils peuvent voir à

quel point ils écoutent l'artiste. Mais ce qui revient beaucoup c'est YouTube. Même si la plateforme possède un inconvénient majeur en ce qui concerne l'écoute : « *Même si la galère avec YouTube, c'est que même quand on ferme YouTube et qu'on veut par exemple écrire un message, ce qui m'énervé, c'est que ça bloque la musique* » (E9). Au niveau des playlists, ils privilégient les playlists dédiées exclusivement à Matt Pokora : « *On mélange pas les torchons à les poubelles [sic] . Il a sa propre playlist* » (E3). Certains fans créent leur propre playlist : « *Alors, en fait, ce que j'ai fait, c'est que j'ai créé une playlist que j'ai appelée « MPokora » sur Spotify. Et euh.... [sic] j'ai fait album par album. J'ai tout réécouté à chaque fois. Et j'ai mis vraiment les titres que je me dis, ceux-là, je peux vraiment pas m'en passer* » (E18). D'autres préfèrent les playlists suggérées par les plateformes : « *je sais qu'en général, j'écoute aussi la playlist ben, que Spotify a faite pour lui* » (E4). Et si après un certain temps, les plateformes changent d'artiste, alors les fans préfèrent changer de plateforme. Il y aussi des fans qui préfèrent créer une playlist mixte où l'artiste n'est pas tout seul : « *c'est vrai que dans ma playlist y a vraiment de tout mélangé donc du Matt, d'autres artistes* » (E2) ou encore des fans qui ne consomment pas à travers les plateformes. Ces pratiques de création de playlists montrent que les fans n'adoptent pas une écoute passive de la musique mais qu'ils personnalisent leur écoute par rapport à leurs préférences, ce qui renforce leur engagement à l'artiste.

Il est aussi important de souligner qu'il y a certains fans qui vont connaître une évolution dans leur écoute. Certains vont développer une évolution croissante où leurs pratiques d'écoute vont s'intensifier avec le temps et avec la découverte de la passion : « *J'l'écoutais un peu moins, parce que je connaissais pas trop et tout ça. Et au fil du temps, je l'écoutais un peu plus* » (E13). Et d'autres vont diminuer leur écoute avec l'entrée à l'âge adulte : « *Oui, oui, au début, j'étais euh.... [sic] une petite fille puis une ado, donc j'écoutais que lui. Fin, je ne voyais un peu que par lui. Puis ben, maintenant, en grandissant, en évoluant, du coup, j'écoute aussi d'autres artistes* » (E17).

Nous pouvons aussi ajouter que les fans intègrent pleinement la musique de Matt Pokora à leur quotidien puisqu'elle les accompagne dans l'ensemble de leurs activités que ce soit le ménage, la lecture, le coloriage ou le sport. Une participante affirmait même l'écouter sous l'eau : « *Mais je fais d'la piscine. J'ai des écouteurs aquatiques* » (E3). Il est aussi crucial pour les fans que la musique de l'artiste les accompagne dans les moments les plus importants de leur vie. Quelques fans nous confiaient qu'il y avait du Matt Pokora à leur mariage : « *Quand je me suis mariée, pareil, la musique de bal, c'était du Matt Pokora aussi* » (E21). Et une participante a

dit que la musique de *Robin des Bois* a accompagné sa grossesse : « *Quand y l'a fait, Robin Des Bois, j'étais enceinte et je mettais les écouteurs avec sa musique sur mon ventre* » (E5).

De plus, contrairement à un auditeur qui pourrait simplement écouter Matt Pokora à la radio, au-delà de leurs pratiques d'écoute, les fans vont développer une vision plus large car ils connaissent le parcours de l'artiste : « *mais derrière moi je vois pas que le titre, je vois pas que le single, je vois l'album (rires)* » (E18).

Ces premiers éléments recueillis suggèrent donc que les pratiques d'écoute sont révélatrices de l'engagement des fans. Une pratique d'écoute intensive, répétitive, exclusive et solitaire prouve un engagement fort des fans et une écoute plus aléatoire, moins exclusive et en groupe renvoie à un engagement moins profond. Les pratiques d'écoute font pleinement partie du quotidien des fans que ce soit dans leurs activités ou leurs moments de vie. Elles vont évoluer différemment en fonction du parcours des fans dans leur passion. Et ils vont apporter un sens plus important à ces pratiques d'écoute.

2.2. Fonctions émotionnelles de la musique

Au-delà de la fréquence, les pratiques d'écoute des fans de Matt Pokora montrent une dimension émotionnelle forte de la musique. Pour certains, la musique représente un refuge, une source de réconfort. Une fan affirme que la musique lui a sauvé la vie et elle utilise le mot « *pokobulle* » pour désigner ces moments où elle se consacre pleinement à la musique de l'artiste (E1). Dans ce sens, une autre fan parle de la musique comme une échappatoire : « *j'mets la musique à fond, je chante (rires) et ça détend vachement. C'est un peu mon échappatoire quoi* » (E8). La musique aide aussi plusieurs fans à traverser des moments difficiles bien précis comme la perte d'un être cher : « *en fait, moi, pour tout vous dire, en fait, j'ai perdu une fille, y a 4 ans, Jade, qui avait 19 ans, et euh... [sic] en fait, ça m'aide à aller mieux* » (E11), une rupture amoureuse : « *Et heureusement qu'y a sa musique. Parce que là, en plus, je me suis séparée. Il y a des musiques qui sont dures quand on les écoute, mais en même temps, qui nous font penser à des choses* » (E13), un problème de santé ou du harcèlement subi à l'école : « *En fait, j'ai vécu du harcèlement quand j'étais au collège, euh.... [sic] beaucoup. Et en fait, je l'écoutais avec son album À la poursuite du bonheur. Et toutes ses chansons, elles me parlaient, elles me touchaient. Et grâce à ça, je m'en sortais, je me disais que ça irait mieux, ça irait mieux un jour ou l'autre que ça allait s'arranger* » (E22).

Pour aller plus loin, les paroles des chansons permettent d'approfondir cette dimension émotionnelle des pratiques d'écoute. Le répertoire étendu de l'artiste permet aux fans d'adapter

leur écoute à leurs émotions car les thèmes abordés sont universels : « *Et ses textes, je trouve, sont assez fédérateurs de manière générale ou touchent des sujets universels qui sont euh... [sic] importants et qui, j'ai l'impression, font du bien* » (E18). Certains ne vont pas hésiter à utiliser les chansons pour montrer aux autres ce qu'ils ressentent : « *Quand j'ai envie, par exemple, de leur exprimer un sentiment, d'exprimer un sentiment auprès de ma famille ou de gens que je connais, de mes amis, que j'arrive pas forcément à le dire, je leur dis ben, écoutez cette chanson de Matt. Voilà ce que je ressens en ce moment* » (E22). Les paroles peuvent aussi permettre aux fans de prendre conscience de certaines choses comme le fait de ne pas avoir trahi quelqu'un ou de changer de situation professionnelle : « *Et c'est en fait grâce à lui, encore une fois, comment, qu'il m'a fait prendre conscience que ce n'était pas ce que je voulais dans la vie et que sa musique, oui, a accéléré ben, ma prise de confiance* » (E7). Et la musique peut aussi représenter une source d'espoir pour le futur : « *Tous les messages en fait qui nous fait parvenir par ses chansons nous donnent de l'espoir pour l'avenir quoi aussi* » (E20).

Nous pouvons aussi parler de nostalgie, car les pratiques d'écoute réalisées par les fans peuvent représenter une manière de se souvenir du passé : « *c'est grâce aux chansons que j'ai des souvenirs qui remontent* » (E12). À travers les textes ils peuvent se souvenir d'un proche, revivre leur adolescence : « *j'ai vraiment l'impression d'avoir 15 ans quand euh.... [sic] quand je l'écoute, quand je vais le voir, je me revois* » (E15).

Chez d'autres fans, cette dimension émotionnelle est plus modérée. Ils vont adapter leurs pratiques d'écoute à leurs humeurs du moment : « *Il y a des fois où je n'ai pas du tout envie d'écouter, j'ai envie d'écouter d'autres musiques, et c'est vraiment par humeur, on va dire, par envie* » (E2). Et ils vont aussi éviter de réécouter plusieurs fois les musiques qui leur procurent trop d'émotions : « *Il y a des chansons que je peux réécouter mille fois. Il y en a d'autres que j'écoute que je ne vais pas réécouter, parce que soit elles me touchent trop, soit elles me touchent pas assez, soit je me reconnais peut-être pas forcément* » (E22).

Ainsi, nous pouvons voir que la musique représente un support émotionnel majeur, qui n'aura pas le même impact pour tout le monde. Cette dimension émotionnelle renvoie donc bien à un engagement fort qui va s'étendre au-delà du simple fait d'écouter de la musique.

2.3. Engagement affectif envers l'artiste

Pour poursuivre dans cette dimension émotionnelle, il est intéressant maintenant d'étudier la manière dont les fans vont s'engager de manière affective envers Matt Pokora. Dans un premier temps, l'entrée dans la passion par la musique va renforcer cette affection. En effet, la plupart

des participants affirment avoir découvert l'artiste via *Popstars*, qui est donc une émission musicale, et continuer à le suivre régulièrement aujourd'hui : « *Mais, écoute, je suis fan depuis 2003, donc depuis Popstars et euh... [sic] les Linkup. Et euh... cette passion a continué à grandir, grandir, grandir, grandir* » (E1). Nous pouvons donc observer que la musique en tant qu'élément déclencheur de la passion va construire cet engagement affectif. En ce sens, une participante affirme que si on aime un artiste, c'est avant tout pour sa musique : « *J'aurais plus sa musique parce que je pense que quand on aime un artiste, on l'aime pour sa musique avant tout* » (E8). Après au-delà de la musique, selon nos participants, il peut bien sûr y avoir d'autres événements déclencheurs de la passion comme des exposés scolaires, un membre de la famille, des émissions de télévision comme *Danse avec les Stars* ou même des jeux proposés par McDo : « *j'avais 9 ans à l'époque. Euh... [sic] Je me souviens juste que j'étais partie avec mes parents et les grands-parents chez McDo. À l'époque, chez McDo, il y avait des sortes de mini Genius en jeu. Euh... Il y en avait une de Matt, je sais plus sur quelle chanson c'était, mais c'était à l'époque de son troisième album. C'est complètement comme ça que je l'ai découvert* » (E15).

Une fois la passion découverte, les fans auront tendance à développer une forme de fidélité envers l'artiste : « *y a personne d'autre* » (E1). Cet engagement devient d'une certaine manière, éternel : « *c'est à la vie à la mort* » (E7). Même si chez certains, cette fidélité est nuancée car l'écoute de la musique n'est pas exclusive : « *Et après, au fur et à mesure, on découvre ouais, d'autres artistes, mais on reste toujours fans hein, bien sûr, des premiers artistes qu'on écoute* » (E4) ou la découverte de la passion est plus tardive : « *Donc, je dirais plutôt que je suis une fan fidèle même s'il y a des fans beaucoup plus fidèles que moi parce que, moi, je ne l'ai pas suivi depuis ses tout débuts.* »

Il est important aussi de souligner que pour les fans, la personnalité de l'artiste va jouer un rôle dans leurs pratiques d'écoute. Certains le décrivent comme proche de ses fans : « *C'est toujours mieux d'écouter justement un artiste qui est proche justement de ses fans* » (E4), humble : « *parce qu'il porte bien son nom, Humilité* » (E9), bosseur ou encore drôle. Et très souvent, certains d'entre eux vont chercher à confirmer l'image renvoyée par les médias dans la réalité. Une participante a notamment pu échanger avec Nino Patuano, l'un de ses anciens danseurs car c'était son professeur de danse hip hop : « *Parce que ça me permet pour moi de voir si tout ce qu'on voit, tout ce qui transparaît de lui, ben, est-ce que c'est bien réel, ou bien est-ce que c'est juste une image qu'on donne et que du coup, il serait pas réellement comme ça, mais au final, il est réellement comme ça* » (E18). Et une autre a marqué une différence : « *Et en fait, il n'est*

pas si grand que ça (rires). Il fait la taille de mon mari. Donc, ça m'a un peu perturbée au début, quand même » (E22). Des comparaisons sont aussi possibles. Une fan a notamment parlé de Patrick Fiori : *« j'ai aimé comme chanteur aussi Patrick Fiori, par exemple parce que j'adore sa voix et tout ça. Et comme j'ai trouvé son côté humain pas du tout pareil que Matt, et ben, j'ai décroché alors que pourtant, en tant que chanteur, je l'aime toujours »* (E10). L'artiste est mis sur un piédestal par rapport aux autres : *« il n'y a pas de Français qui l'égale quoi dans ce qu'il fait »* (E11) et sa longévité de carrière justifie l'écoute de la musique : *« faut l'écouter parce que c'est un artiste déjà qui dure dans le temps et de nos jours c'est très compliqué »* (E7).

Au-delà de l'écoute de la musique, les fans aiment se trouver des points communs avec leur star : *« J'ai plein de points communs avec lui. Sa maman s'appelle Brigitte, comme la mienne. On est polonais tous les deux, fin on est d'origine polonaise tous les deux. Je suis tellement fan de Matt Pokora que j'ai appelé mon fils Matthieu »* (E21). Ils se construisent une relation parasociale où l'artiste devient un membre de la famille, un ami (voir ci-dessus) : *« c'est un peu un grand frère pour beaucoup de gens »* (E15). Le fait qu'on les identifie à lui à travers ses chansons ou des émissions est important : *« Sauf que du coup, elle me dit, « Mais il te parle à toi ? » Oh ! Je dis, mais je ne comprenais pas pourquoi elle disait ça. Et en fait, vu que je suis sa marraine à elle, elle croyait qu'il disait « marraine », mais pas « ma reine »* (E13). En ce qui concerne cet engagement affectif, nous pouvons aussi parler de reconnaissance qui va s'établir dans les deux sens. D'abord, pour les fans, c'est important d'être reconnaissant, notamment à travers des cadeaux : *« parce que je veux réitérer le truc d'essayer de lui offrir des cadeaux, une carte »* (E20) et les chansons où l'artiste remercie ses fans sont également essentielles. Par exemple, nous pouvons citer les chansons *Ensemble* et *Se mélanger*. Nous avons décidé de présenter, en annexe, une playlist des musiques utilisées tout au long de ce travail (Voir Annexe 6).

Ainsi, nous pouvons voir que les pratiques d'écoute renforcent l'engagement affectif des fans envers l'artiste. La musique représente un élément déclencheur de la passion qui va encourager une forme de fidélité. De plus, la personnalité et la longévité de l'artiste représentent des critères importants dans l'écoute de la musique. Grâce à la musique, les fans peuvent développer une relation parasociale et être identifiés à l'artiste. Une forme de reconnaissance va aussi s'installer.

2.4. Participation active et sociale à travers la musique

Après avoir abordé les fonctions émotionnelles provoquées par la musique, nous allons maintenant aller plus loin et nous intéresser à la manière dont les fans s'engagent activement et socialement dans leur passion, étudier leur implication. Les réseaux sociaux représentent une source essentielle d'engagement où les pratiques d'écoute vont encourager toute forme de participation. Une grande majorité de nos participants est présente sur les réseaux sociaux mais avec des usages différents par rapport à leur passion. Certains fans suivent régulièrement le contenu que Matt Pokora publie sur l'entièreté de ses réseaux sociaux pour ne rien manquer : *« je le suis sur tous ses réseaux »* (E6). Au-delà de visionner le contenu, ils vont réagir tout de suite : *« à chaque fois qu'il publie un truc, automatiquement je le vois, je like, je mets un commentaire, comme son anniversaire de rencontre, comme là, quand il a annoncé la naissance de ses fils »* (E21). Une fan nous a confié avoir un compte TikTok dédié uniquement à l'artiste : *« j'ai un TikTok réservé pour lui »* (E1). D'autres ne sont pas présents sur tous les réseaux sociaux mais le suivent activement : *« c'est vrai que je le suis sur Facebook et Instagram »* (E16). Un fan nous a confié utiliser Facebook pour les groupes de fan et Instagram pour échanger avec les fans, devenus des amis. Et il y en a certains qui ne souhaitent pas partager leur passion sur les réseaux sociaux.

Au niveau social, la plupart des fans sont donc présents dans des groupes sur les réseaux sociaux. Certains y sont actifs car ils représentent une source d'informations considérable et un espace bienveillant de discussion : *« c'est chouette de voir des personnes qui échangent autour d'un sujet qui du coup ici est une personne en l'occurrence mais qui échangent autour d'un sujet et que ça reste bienveillant mais de voir qu'y a pas que moi qui ai cette passion-là et qui apprécie grandement sans pour autant devenir des fans hystériques pensant qu'on va devenir la femme de sa vie »* (E18). C'est aussi l'endroit idéal pour organiser des projets lors des concerts : *« il y avait une fan de Montpellier qui avait proposé qu'on lui envoie les photos, celles qui avaient des photos avec nous et Matt, et du coup je lui avais envoyé la photo, elle avait créé un album, et elle avait pu lui remettre l'album en main propre »* (E12). Une fan affirme avoir créé son propre groupe : *« Donc là, on n'est que trois pour l'instant, mais c'est moi qui l'ai créé. Des moments, on se rencontre, selon nos travaux, une à deux fois par semaine, où on ne parle que de M. Pokora »* (E21). Certains d'entre eux peuvent être présents sur ces groupes mais pas actifs : *« Non. Après, je suis sur les pages fans, mais non, je discute pas »* (E13). D'autres font le choix de ne pas s'y mettre du tout par peur de moqueries ou à cause des faux comptes se faisant passer pour quelqu'un de proche de l'artiste ou pour lui-même.

En plus d'un suivi régulier sur les réseaux sociaux, la participation active et sociale des fans va aussi se manifester par la défense de critiques que ce soit vis-à-vis de Matt Pokora ou de sa musique. En effet, les fans n'hésitent pas à exprimer leurs points de vue lorsque ça leur semble nécessaire : *« J'ai répondu que le jour où il aurait son talent, il pourrait ouvrir sa bouche »* (E5). Une fan le fait même avec sa maman. Et la personnalité de l'artiste va aussi encourager cette défense : *« Ah ben parce qu'on va dire que c'est un homme droit et honnête. Euh..... [sic] On voit pas beaucoup de chanteurs comme lui. Justement, comme là, il a fait l'émission avec les personnes handicapées. C'est pas n'importe quel chanteur qui le ferait. »* (E21). Quand les fans voient ces critiques, ils pensent avant tout au mal que ça pourrait faire à leur star : *« les critiques qu'il a reçues, surtout quand il a sorti My Way, ça m'a vraiment fait mal pour lui parce qu'il le mérite pas »* (E9). En fonction des propos de l'artiste lui-même, certains d'entre eux se sentent obligés de le défendre : *« Des fois, il aurait mieux fait de s'abstenir parce que ça n'a pas joué en sa faveur (rires). On a dû le défendre, on a dû aller au front »* (E22). Et parfois même face à d'autres artistes : *« D'ailleurs, c'était à cause d'une récompense ou je sais pas quoi, et qu'elle le méritait dix fois plus et tout. Mais eh oh ! Sauf que lui, il dure depuis dix ans. Toi, t'as fait cinq minutes. Donc à un moment donné... Et puis on était les fans de Matt contre les fans d'Aya Nakamura »* (E22).

À l'inverse, certains fans ne le défendent pas sur les réseaux sociaux. Soit parce qu'ils préfèrent le faire oralement et pas derrière un écran, soit parce qu'ils trouvent cela inutile : *« Rentrer dans la bêtise des gens, ça n'a aucun intérêt »* (E11). Soit parce qu'ils ont peur des répercussions : *« t'oses pas trop répondre à ça parce que de peur de te faire prendre des piques aussi »* (E4). Ou soit parce qu'ils n'ont jamais vu de critiques : *« J'ai jamais vu de critique passer sur lui »* (E8).

Les chansons peuvent aussi favoriser une participation active et sociale. Nous avons notamment remarqué que les fans accordent autant d'importance aux titres moins célèbres qu'aux incontournables : *« Souvent, les gens s'arrêtent aux grands titres alors qu'il y en a d'autres »* (E1). Une participante pense que si certains textes moins célèbres ressortaient aujourd'hui, ils deviendraient des singles : *« Ça a pas été un single, mais ça cartonnerait si elle était sortie aujourd'hui. C'est Reste comme tu es »* (E15). Les fans peuvent également reprendre certaines chansons pour des projets personnels. Une participante nous a dit avoir utilisé l'une des phrases de chansons pour son concours d'ATSEM : *« dans la vie, rien n'est impossible, il faut toujours croire en ses rêves »* (E13).

Par conséquent, nous pouvons affirmer que les réseaux sociaux sont complémentaires des pratiques d'écoute car ces dernières vont, d'une certaine manière, pousser les fans à suivre régulièrement les contenus publiés par Matt Pokora, à le défendre quand ça leur semble nécessaire et à intégrer ou créer des groupes de fans. De plus, les chansons peuvent aussi favoriser une participation active et sociale à travers la mise en avant des titres moins célèbres et leur utilisation dans des projets personnels.

2.5. Partage social et familial

Pour approfondir cette dimension sociale, nous allons maintenant étudier comment les fans partagent leurs pratiques d'écoute et leur passion avec les autres. Dans la continuité des groupes de fans, nous pouvons affirmer que généralement les fans aiment partager leur écoute entre eux car ils ont un centre d'intérêt commun : *« forcément, les gens qui ne l'aiment pas, je vais pas écouter du Matt avec eux »* (E6). Ces échanges leur permettent de comparer leurs différents points de vue car même si la passion pour Matt Pokora est commune, certains éléments peuvent varier : *« Ben, voir si on a les mêmes goûts au niveau de ses chansons, si on partage les mêmes impressions à chaque sortie de single »* (E16). Une entraide peut aussi s'installer entre les fans pour que tout le monde accède aux différents contenus : *« Demain c'est nous, quand il l'a sortie donc moi j'ai pas j'ai pas Spotify et machin et tout moi. Et donc c'est la Mélanie qui me l'a envoyé donc le 13, pour que je l'ai en entière »* (F20). Au-delà du numérique, les fans apprécient l'échange physique : *« Je vais pas chercher forcément à aller chercher des fans de Matt pour discuter. Je préfère, quand je vais en concert, découvrir des gens directement et qu'après, si on veut garder un lien sur les réseaux sociaux, on peut »* (E22). Pour certains fans, ce partage se déroulait essentiellement à l'adolescence mais plus aujourd'hui à cause d'une perte de contact : *« Plus maintenant [sic], mais à une période, j'échangeais beaucoup avec une fan »* (E9).

Les fans partagent aussi leur passion avec leur famille. Les goûts musicaux des parents peuvent orienter le choix de passion des individus : *« Je pense que c'est peut-être un peu mes parents qui m'ont un peu aiguillée quand même sur ça »* (E4). Un fan nous confiait que ses parents l'ont encouragé dans sa passion : *« ah c'est bien, il a trouvé »* (E7). Pour certains d'entre eux, la passion représente une source de rapprochement : *« Ça m'a rapprochée de ma mère parce que j'ai commencé mes concerts de Matt avec ma mère »* (E5). Une participante affirme que cette passion améliore la relation qu'elle peut avoir avec sa maman habituellement : *« Parce que dans la vie générale, on n'est pas du tout proche »* (E17). La famille peut aussi offrir des

cadeaux aux fans par rapport à cette passion. À l'inverse, elle peut représenter une source d'éloignement : « *Mon père ne me parle plus à cause de ça* » (E1). Au niveau de la relation de couple, certains fans la partagent sans problème : « *Ou avec mon mari, mais lui, il dit rien. Lui, il subit (rires), il dit oui, oui. Et il se met même des fois à chanter les chansons* » (E22).

En plus de la famille, l'amitié représente également un vecteur de découverte. Plusieurs participants disaient avoir découvert Matt Pokora grâce à des amis, une fan nous affirmait avoir accompagné une amie à un concert, dans un premier temps, par plaisir : « *alors moi en fait j'ai été fan, grâce à une amie qui m'a amenée en 2015 à mon premier concert avec lui* » (E12). Tout comme dans les groupes de fans, il peut y avoir une perte de contact : « *malheureusement je ne suis plus en contact avec cette fille, mais par contre je suis restée sur la musique de Matt* » (E13). En revanche, certains fans peuvent aussi faire le choix de ne pas partager cette passion avec leurs amis : « *Mais j'en parle pas comme ça à mes amis. Y vont me prendre pour une folle* » (E11).

Dans le même sens, nous pouvons parler de transmission car les fans vont tout faire pour transmettre leur passion à d'autres personnes que ce soit leur famille ou leurs amis. Généralement selon nos participants, ce sont les parents qui aiment transmettre leur passion pour Matt Pokora à leurs enfants : « *Et aujourd'hui, je partage un peu sa musique avec ma fille. Elle est encore petite, elle a que 19 mois, mais euh.... [sic] elle en connaît déjà pas mal, je dirais* » (E15). Même si parfois un écart de génération peut se creuser : « *Avant, quand ma fille était plus petite, j'arrivais à l'emmener avec moi, mais euh.... maintenant bah, elle s'en fiche un peu* » (E10).

Enfin, certains d'entre eux préfèrent consommer leur passion seuls. Ils découvrent l'artiste par eux-mêmes, sans personne derrière : « *C'est moi qui l'ai connu de moi-même et qui ai connu l'album, parce que dans ma famille, il n'y a personne qui écoute, malheureusement* » (E9). Ils consomment la musique de l'artiste en solitaire et restent dans l'ombre pour ne pas entendre de critiques ou être vus comme des fans extrêmes. Une fan nous confiait que cela lui permettait de se reconnecter à elle-même : « *sinon de manière générale, c'est vrai que j'avoue que j'aime bien l'écouter toute seule parce que ça me permet d'être vraiment dans mon monde. Ça me reconnecte un peu à ce qu'on appelle l'enfant intérieur* » (E18). Une participante a quand même nuancé ses propos et a dit qu'elle aimait l'écouter en solitaire mais que les concerts, c'était mieux en groupe.

Ainsi, les pratiques d'écoute ne sont pas uniquement individuelles ; elles peuvent représenter des sources de partages sociaux et familiaux. Que ce soit entre fans, en famille ou entre amis, la musique de Matt Pokora permet l'échange, la transmission et la création de nouvelles relations sociales. Cependant, certains fans préfèrent l'écoute solitaire où l'engagement est plus intime et personnel par rapport à l'artiste.

2.6. Engagement matériel et expérientiel

Dans le prolongement de cette dimension sociale, nous allons maintenant analyser l'engagement matériel et expérientiel des fans de Matt Pokora. D'abord, nous avons décidé de nous pencher sur les concerts et sur l'importance que ces derniers peuvent avoir pour les fans. Ils représentent le prolongement de l'écoute de la musique et du lien à l'artiste. Une participante affirmait que pour comprendre, il faut le voir sur scène. Même si comme on a pu le voir ci-dessus, la musique possède des fonctions émotionnelles, en concert c'est différent : « *Donc, on est obligé d'avoir des émotions un peu plus fortes* » (E2). Pour la majorité de nos participants, suivre un ou plusieurs concerts sur une tournée est indispensable, c'est un besoin : « *mais c'est pas possible, je peux pas faire sans aller le voir. J'sais si je vais plus le voir là, jusqu'à sa prochaine tournée, je vais en être malade je suis pas bien* » (E20). Ils aiment se souvenir de leur premier concert : « *Le 24 novembre 2013 ouais, j'ai mon papy qui m'a offert du coup, une place de concert. Donc, je l'ai vu pour la première fois au concert* » (E3). C'est une expérience qui va permettre aux fans de confirmer leur choix de passion : « *ça m'a même confortée dans mon choix que c'était cet artiste-là et pas un autre* » (E8). La plupart du temps, les fans assistent à plusieurs concerts sur une même tournée : « *J'vais à tous ses concerts au moins deux fois. La première, c'est toujours tout devant, premier ou deuxième rang minimum. Et la seconde, c'est toujours un peu plus en arrière pour voir un petit peu plus la scène et profiter plus facilement* » (E22). Sur une même tournée, nos participants affirment qu'un concert ne ressemble jamais à un autre. Une fan a notamment été le voir trois fois sur la tournée *Robin des Bois* : « *Et c'était pas la même ambiance, c'était pas le même show. Les cascades avaient été différentes, les chorégraphies avaient été retravaillées. Matt, physiquement n'était plus du tout le même non plus, entre la première et la troisième date* » (E22). Sur scène, les fans aiment voir des anciennes et nouvelles chansons : « *Et après, tout ce que j'aime, c'est qu'il prend ses anciennes, ses nouvelles, il y a de tout en fait* » (E5). Pour certains, le concert symbolise un aboutissement : « *l'aboutissement de comment dire, des mois et des mois, voire une année de galère* » (E7).

À la fin d'un concert, les fans se demandent quand ils reverront l'artiste : « *quand le concert se termine à la toute fin, quand on prend conscience aussi qu'on va pas le revoir avant on ne sait pas combien de temps* » (E2). Par nostalgie, ils vont également rechercher les moments qu'ils ont pu vivre pendant un concert : « *Des fois, je m'amuse même à rechercher les fameux extraits du concert du 3 novembre avec l'histoire de la peluche qui m'avait fait bien rire* » (E4). En outre, certains de nos participants ont vu l'artiste une fois en concert et pensent que cela pourrait représenter une source de moqueries des autres fans : « *si je leur dis que j'ai été voir Matt qu'une seule fois, on va me cataloguer comme quelqu'un qui n'est pas réellement fan* » (E4). Et d'autres n'ont jamais été le voir : « *Le seul regret que j'ai, c'est de ne pas encore l'avoir vu en concert, malheureusement* » (E21). Pour combler ce manque de concert, ils se tournent vers le sosie Anthony Haleine : « *Là, prochainement, je vais aller voir son sosie qui va passer dans ma ville prochainement, le 16 octobre* » (E21).

Nous pouvons ajouter que les fans aiment profiter pleinement du moment, sans écran : « *Quand je vais à un concert, je suis quelqu'un qui filme très peu. Parce que pour moi, la meilleure des mémoires, c'est la mémoire* » (E7). Même si d'autres aiment quand même en garder des souvenirs : « *Ben, j'sais que j'ai fait des vidéos, des photos. Et ben, j'ai un petit album qui est sur mon ordinateur. Je sais que dans cet album-là, j'ai tous les concerts euh.... [sic] ben que j'ai pu faire* » (E16).

Lors des concerts, les fans aiment acheter des produits dérivés, du merchandising autour de l'artiste. Une participante affirme qu'elle aime savoir à l'avance ce qui sera proposé : « *Tout ce que j'ai regardé, c'était des photos du merch pour savoir ce que j'allais prendre* » (E20). C'est en quelque sorte une manière de se montrer fan aux yeux des autres. Les fans n'ont pas peur de dépenser de l'argent pour leur star : « *et donc ben au merch, je crois que j'ai claqué 150 balles j'ai pris le t-shirt, la casquette, une photo et le porte-clé la photo j'ai pris la plus foncée pas la toute claire, j'ai été tentée par le pull et j'ai pris la vareuse aussi pardon la vareuse noire* » (E20). À l'inverse, une fan associait l'achat lors des concerts à l'adolescence : « *j'étais ado, donc du coup, c'est vrai qu'on aime beaucoup acheter des petits souvenirs des concerts* » (E14).

Au-delà du concert, les fans aiment posséder absolument tout ce qui concerne Matt Pokora : dédicaces, livres, t-shirts, mugs, posters, bijoux, porte-clés ou encore vêtements : « *Là, ici, je suis en train de porter des boucles d'oreilles Matt Pokora. J'ai le collier de Matt, M. Pokora, de sa marque Oôra. Je me suis fait un bracelet avec sa tête dessus. J'ai un porte-clés en forme de cœur Matt Pokora. J'ai le porte-clés de Pyramide Tour que j'ai eu dans l'album de Matt,*

justement. Et après, je me suis fait customiser des débardeurs et des t-shirts avec son effigie » (E21). Certains d'entre eux ont donc même conservé les vêtements de la marque Oôra qu'il avait lancé en 2013 en collaboration avec le groupe Beaumanoir : *« J'ai encore tous les vêtements d'Oôra d'ailleurs, de sa collection, que mes parents ont pu acheter. Parce qu'à l'époque, je n'avais pas d'argent, j'étais encore ado »* (E22). Quand les vêtements deviennent trop petits, ils les conservent dans un carton, les portent en pyjama ou les échangent : *« On s'est échangé des vêtements de Matt Pokora, mettant des fans qui n'arrivaient plus à mettre des vêtements »* (E21). Certains ont un coin chez eux, réservé à l'artiste : *« Là, mon mari m'a dit « je vais te refaire une étagère ». Ben ouais, t'as pas le choix (rires). Bah, c'est dans la chambre d'amis. J'envahis pas non plus la maison quoi »* (E11). Tout comme la musique, une fan a affirmé que collectionner les produits dérivés lui remontait le moral : *« Fin, quand j'ai un petit coup de mou, je regarde »* (E13).

Nous pouvons aussi ajouter que certains fans aiment imiter le style de Matt Pokora : *« Et à chaque fois qui changeait de style vestimentaire ou de coupe de cheveux, automatiquement, moi je faisais pareil en fait, pour dire de lui ressembler à 100% »* (E21). Et également se faire des tatouages : *« Je me suis même fait tatouer Pokora sur moi. Et là prochainement, je vais me faire MP dans le cou en rapport avec lui. Et je vais me faire aussi tatouer l'étoile pareil que lui sur la main gauche comme lui »* (E21).

2.7. L'expérience fan à travers les supports matériels et numériques

Dans la continuité des produits dérivés, nous allons maintenant nous intéresser aux supports d'écoute physiques (CD, vinyles, DVD et radio). Concernant les CD, ils occupent encore une place importante auprès des fans de Matt Pokora. La plupart des fans interrogés affirment posséder tous les albums : *« c'est resté une habitude d'à chaque fois acheter le CD »* (E6). Une de nos participantes comparait fans et non fans : *« Je pense que quelqu'un... [sic] Déjà, il achète pas les CD, vu tous les streaming qu'on peut avoir maintenant »* (E8). Tout comme le concert, le premier CD acheté reste incontournable : *« Parce que c'était vraiment ma toute première fois. Et c'est un album que j'ai beaucoup aimé et que j'aime beaucoup encore aujourd'hui »* (E15). Certains d'entre eux achètent même plusieurs éditions d'un même album : *« C'est-à-dire que je prends toujours l'album collector, édition limitée, je prends toujours album normal classique et je prends toujours maintenant le vinyle en plus. Des fois, j'ai 36 exemplaires d'un même album, mais c'est pas forcément le même, parce que la couverture est pas la même, parce qu'il y a pas ces titres-là, parce qu'il y a pas le même calepin dedans »* (E22). Il est important de souligner

que s'ils les achètent, ce n'est pas dans le but premier d'écouter mais de collectionner : « *mais vraiment une collection parce que j'les ouvre pas* » (E11) et de montrer leur soutien à l'artiste : « *Et puis, je pense que lui, c'est un peu un soutien, parce que du coup, c'est grâce aussi aux albums vendus qu'il a des disques d'or* » (E17). Chez certains, l'album n'est même pas déballé : « *Tu vois, Adrenaline, j'ai acheté le CD. Mais je l'ai jamais ouvert. Il est encore sous blister. Parce qu'au final, tu vois, je l'écoute ailleurs* » (E3). À l'inverse, le déballage peut être une source de plaisir : « *Alors, même si je les déballe parce que j'ai envie de les ouvrir, de les sentir, de voir tout, de toucher* » (E22). Si certains achètent les CD, c'est aussi par peur de problèmes liés au numérique : « *Je pars du principe que demain, y a un bug sur les applications de musique (haussement de la voix). Mais je suis désolé. Moi, j'ai mes CD* » (E7). De plus, l'achat d'appareils pour écouter les CD passe au second plan : « *comme ça n'a jamais été une priorité d'acheter ça* » (E10). Quelques fans vont même personnaliser leur achat et choisir de ne pas en acheter certains : « *Le seul que j'ai pas acheté c'est la reprise de Clo-Clo* » (E14).

Pour les DVD, ils sont régulièrement consommés à la suite d'un concert, pour revivre les mêmes émotions : « *J'ai couru aller l'acheter parce qu'en fait, même si j'ai ma mémoire. En fait, ça me fait du bien et ça me conforte de revoir euh... le concert qu'il a fait ou le spectacle* » (E7). Mais ils sont rarement consommés avant un concert : « *Par contre, il faut que je l'ai vu avant. Si j'ai pas été au concert, je le regarde pas parce que, ben, fin quand je vais à un concert, je veux avoir l'effet de surprise* » (E13). Une fan mettait en avant leur qualité : « *C'est pas la même chose je trouve de d'avoir la qualité DVD travaillée plutôt que sur YouTube* » (E2). Pour certains fans, le DVD n'est pas une priorité sauf s'il est inclus dans un album comme ce fut le cas pour *My Way*.

Pour ce qui est des vinyles, même s'ils n'ont pas été cités par beaucoup de nos participants, ils sont régulièrement utilisés pour l'écoute de la musique : « *Après, j'aime bien écouter les vinyles. Les vinyles, c'est bien. C'est un peu vintage* » (E3). Et à l'avenir, certains d'entre eux aimeraient les découvrir : « *Alors, vinyles, j'en ai pas. Mais euh.... [sic] à l'avenir, j'aimerais bien pouvoir les collectionner* » (E6). Pour d'autres, ils sont parfois difficiles à trouver. En ce qui concerne la radio, elle est souvent utilisée par les fans de Matt Pokora qui se rendent sur leur lieu de travail. Enfin, comme support physique utilisé par les fans, nous pouvons également reprendre la clé USB que Matt Pokora a sortie pour son album *Adrenaline*.

Pour terminer, nous allons nous intéresser brièvement à l'engagement expérientiel à travers le numérique et plus précisément aux concerts et clips publiés sur YouTube. Concernant les clips,

la majorité de nos participants affirment les regarder dès leur sortie. Le visuel des clips est important, certains plus que d'autres, un fan nous a confié avoir été marqué par le clip de la chanson *Si t'es pas là* : « *J'ai trouvé la cinématographie incroyable* » (E7). Une fan nous a aussi dit qu'elle aimait les clips qui illustraient des images de concerts. Ils peuvent aussi être utilisés pour apprendre les chorégraphies. Pour certains, le visionnage des clips ne va pas se dérouler sur le long terme : « *je regarde les clips quand y sortent une fois ou deux. Mais non, je regarde pas plus que ça, les clips après* » (E12). Et pour les concerts diffusés sur YouTube ou ailleurs, certains fans aiment les regarder : « *J'mets ma tablette et là, avant que vous m'appeliez, j'étais en train de regarder la comédie musicale Robin Des Bois* » (E8). Et d'autres ne le font pas : « *pas envie de me faire spoiler le concert et attendre justement moi d'y aller moi-même pour voir l'ambiance qui peut mettre sur ses tournées* » (E16). Les fans ont aussi déclaré qu'ils avaient regardé le concert livestream de Pyramide Tour diffusé pendant la crise du coronavirus : « *Après je sais qu'il y a un moment, il l'avait mis en streaming où j'ai pu voir le concert* » (E16).

Par conséquent, l'engagement des fans ne s'arrête pas aux pratiques d'écoute, il s'étend à l'expérience et aux objets matériels. Au centre de l'expérience, il y a bien sûr le concert qui renforce indirectement le côté émotionnel des fans et leur lien à l'artiste. Les produits dérivés et supports d'écoute physiques permettent d'avoir un attachement matériel au quotidien. Ces pratiques illustrent un engagement profond des individus où la musique organise l'identité des fans.

Cette analyse thématique de nos entretiens nous a permis de constater que les pratiques d'écoute des fans de Matt Pokora ne se limitent pas à une simple consommation musicale mais comprennent plusieurs formes d'engagement. De l'intensité d'écoute à l'émotion, en passant par l'engagement affectif, social et matériel, la musique représente une porte d'entrée principale pour le fan dans sa relation avec son artiste. À travers les différents thèmes abordés, nous avons pu observer que l'engagement des fans, que ce soit en solitaire ou en groupe, met du temps à se construire. Au fil du parcours des fans dans leur passion, cet engagement aura tendance à devenir plus durable. La musique va donc structurer l'identité des fans. Pour donner encore plus de précisions à notre analyse, nous avons maintenant décidé d'imaginer quelques personas en nous basant évidemment sur notre analyse.

3. Rédaction de personas

Selon White & Devitt (2019), ils sont utilisés pour analyser et traduire de grandes quantités de données issues d'un terrain. Ce sont des personnages représentatifs d'un large public interrogé.

Ils permettent au chercheur de rester concentré sur son sujet de recherche et de ne pas s'en éloigner tout en apportant une touche d'originalité à l'ensemble de son travail. Il est important de souligner que ces personas ne remplacent pas l'analyse mais viennent structurer les résultats. Pour la réalisation de ces personas, White & Devitt (2019) proposent une méthode en trois étapes. Premièrement, il faut organiser la totalité des données obtenues sur le terrain, ensuite, il faut recourir à la méthode du codage pour faire émerger les premiers modèles significatifs et enfin, sur base de ces données et de l'objet de recherche, le chercheur pourra établir ses personas.

Afin de synthétiser au mieux les différentes formes d'engagement présentes chez les fans de Matt Pokora, nous avons décidé d'établir quatre personas. Ces profils fictifs permettent de montrer les différences d'intensité au niveau des pratiques d'écoute et de la passion.

3.1. Persona 1 : fan immersive et émotionnelle

- ❖ **Prénom fictif :** Tiffany
- ❖ **Âge :** 38 ans
- ❖ **Situation :** en arrêt maladie, mariée, pas d'enfants, adore cuisiner
- ❖ **Ancienneté dans la fandom :** fan depuis *Popstars* (23 ans)

Son profil d'écoute : Elle écoute la musique de Matt Pokora quotidiennement et intensivement. Depuis le début de sa passion, cette écoute n'a fait qu'évoluer. Elle apprécie l'écoute répétée où elle n'hésitera pas à réécouter plusieurs fois d'affilée une même chanson. Son écoute est exclusive, elle n'écoute jamais d'autres artistes et elle crée uniquement des playlists autour de Matt Pokora. Elle aime consommer sa musique en solitaire pour se reconnecter à elle-même. Elle accorde beaucoup d'importance aux statistiques d'écoute proposées par les plateformes numériques. La musique l'accompagne dans chaque activité qu'elle fait. Elle aime aussi consommer les CD et les vinyles. Elle donne une place particulière à l'album *À la poursuite du bonheur*. Toute chanson du répertoire est importante pour elle.

Son rapport émotionnel à la musique : La musique accompagne la fan dans chaque moment important de sa vie, par exemple son mariage. Elle représente un refuge, une source de réconfort, une échappatoire. Elle lui permet de traverser les moments difficiles (perte d'un être cher, maladie, rupture amoureuse, harcèlement scolaire). Elle va adapter son écoute à ses propres émotions. Elle va utiliser les textes des chansons pour prendre de grandes décisions dans sa vie. La musique va symboliser une source d'espoir pour l'avenir.

Son attachement à Matt Pokora : Elle est entrée dans la passion grâce à la musique et à l'émission *Popstars*. Elle décrit son engagement affectif à l'artiste comme éternel. Elle met en avant son côté humain et elle le considère comme une référence artistique difficilement comparable aux autres. Elle adopte une relation parasociale où l'artiste devient un ami, un membre de la famille. Elle aime également se trouver des points communs avec lui.

Sa participation active : Elle est présente sur les réseaux sociaux pour suivre les contenus publiés par Matt Pokora. Elle a créé un compte TikTok dédié à l'artiste. Elle aime suivre les groupes de fans pour rester informée de tout. Si elle voit des critiques, elle va avant tout penser à ce que peut ressentir l'artiste personnellement.

Son partage de passion avec les autres : La plupart du temps, elle préfère consommer sa passion en solitaire et ne pas la partager avec les autres par peur que sa position de fan soit perçue comme extrême à leurs yeux.

Son engagement matériel et expérientiel : Pour elle, le concert représente un aboutissement de sa passion. Elle aime en garder des souvenirs pour retrouver les émotions ressenties à ce moment-là. Chez elle, elle possède un coin réservé à l'artiste pour y mettre ses objets dérivés. Collectionner lui remonte le moral. Elle achète les CD, car elle adore les déballer et elle a peur d'éventuels bugs du numérique. Même si elle consomme les clips et interviews dès leur sortie sur YouTube, elle aime aussi la qualité d'un concert en DVD.

Valeur capitale de la passion : Elle suit Matt Pokora depuis ses débuts. Comme on a déjà pu le dire, elle adopte une écoute quotidienne de sa musique. À chaque projet annoncé, elle est présente. Ses valeurs concernant sa passion sont la fidélité, la stabilité et l'omniprésence de la musique. Pour elle, être fan signifie être présente à chaque instant et conserver un rapport émotionnel à l'artiste.

Citation :

« j'écoute vraiment Matt mais H24 »

« Non je mets mes écouteurs, je me mets dans ma petite bulle »

« c'est à la vie à la mort »

3.2. Persona 2 : fan connecté et social

- ❖ **Prénom fictif** : James
- ❖ **Âge** : 29 ans
- ❖ **Situation** : journaliste, en couple, adore les sorties entre amis le week-end
- ❖ **Ancienneté dans la fandom** : fan depuis 16 ans (clip *Juste une photo de toi*)

Son profil d'écoute : Il écoute la musique de Matt Pokora régulièrement avec d'autres fans car il partage un intérêt commun avec eux. Le plus souvent, c'est quand il se déplace en voiture pour se rendre à son travail ou quand il sort. Pour son écoute, il privilégie les playlists suggérées par les plateformes numériques. Il change de plateforme si un autre artiste est diffusé. En ce moment, il écoute beaucoup la clé USB fournie dans l'album *Adrénaline*.

Son rapport émotionnel à la musique : Il va utiliser la musique de l'artiste pour montrer aux autres ce qu'il ressent. En effet, certaines chansons vont lui permettre d'exprimer des émotions difficiles à expliquer sur le moment. Pour lui, la musique va représenter un intermédiaire émotionnel entre lui et les autres.

Son attachement à Matt Pokora : Il a découvert Matt Pokora par l'intermédiaire d'un membre de sa famille ou d'un ami. Il se déclare fidèle à l'artiste et met en avant son côté drôle. Sans cesse, il cherche à confirmer l'image de sa star renvoyée par les médias dans la réalité. Il aime que son entourage l'identifie à l'artiste.

Sa participation active : Il est très présent sur les réseaux sociaux. Il réagit et commente directement les contenus partagés par l'artiste et les groupes de fans. Dans ces groupes, il organise régulièrement des projets lors des concerts. Il a aussi créé son propre groupe Facebook. Il défend constamment Matt Pokora lorsqu'il voit passer des critiques sur lui et il n'hésite pas à demander à sa famille de le défendre aussi. Il n'a donc pas peur d'exprimer ses opinions. Pour lui, c'est une obligation de le faire.

Son partage de passion avec les autres : Il aime partager ses différents points de vue par rapport à l'artiste avec d'autres fans. Il aime essayer de transmettre sa passion pour Matt Pokora à ses amis ou sa famille. Dans sa vie, sa passion peut représenter une source de rapprochement ou d'éloignement avec ses proches. Il s'est rapproché de sa maman à travers sa passion, mais son papa ne lui parle plus à cause de ça. Il n'hésite pas à intégrer sa passion à sa vie de couple.

Son engagement matériel et expérientiel : Quand il se rend à un concert, il aime regarder à l'avance sur les réseaux sociaux ce qui sera proposé au merchandising. S'il a des vêtements

trop petits pour lui, il va les conserver pour les échanger plus tard avec d'autres fans. Il possède les CD pour montrer son soutien à l'artiste. À l'avenir, il voudrait découvrir les vinyles. Il ne consomme pas particulièrement les DVD, car il préfère regarder les concerts YouTube publiés par d'autres fans. Il consomme les clips dès leur sortie pour apprendre les chorégraphies par cœur.

Valeur capitale de la passion : Pour lui, être fan renvoie au partage et à l'interaction sociale. La musique de Matt Pokora lui permet d'exprimer ce qu'il ressent aux autres et de créer des liens. Pour marquer son engagement, il utilise les réseaux sociaux, échange avec d'autres fans et tente par tous les moyens de confirmer l'image de son artiste.

Citation :

« à chaque fois qu'il publie un truc, automatiquement je le vois, je like, je mets un commentaire »

«J'ai répondu que le jour où il aurait son talent, il pourrait ouvrir sa bouche »

3.3. Persona 3 : Fan collectionneuse et expérientielle

- ❖ **Prénom fictif :** Sandrine
- ❖ **Âge :** 45 ans
- ❖ **Situation :** mère célibataire, esthéticienne, fait de l'équitation
- ❖ **Ancienneté dans la fandom :** fan depuis 20 ans (album *Player*)

Son profil d'écoute : Son écoute est avant tout liée à l'objet, au souvenir à l'expérience d'un concert. Son rapport à la musique est davantage centré sur l'expérience plutôt que sur l'émotion. Elle utilise les plateformes numériques uniquement pour écouter les playlists qu'elle réalise à partir des concerts. Son écoute est souvent solitaire, mais elle aime vivre les concerts en groupe.

Son rapport émotionnel à la musique : À travers la musique, elle éprouve de la nostalgie. En écoutant Matt Pokora, elle aime se souvenir de moments de vie ou de concert passés.

Son attachement à Matt Pokora : Elle a découvert sa passion à travers un concert de la tournée *Player*. Elle aime mettre en avant la proximité de l'artiste avec son public dans les concerts et la longévité de sa carrière. Elle aime lui offrir des cadeaux pour lui montrer sa reconnaissance.

Sa participation active : Elle n'est pas présente sur tous les réseaux sociaux, mais elle est quand même assez active. Elle utilise Facebook pour suivre les groupes de fans et Instagram pour communiquer avec des fans devenus des amis. Et au niveau des critiques, elle préfère uniquement défendre Matt Pokora à l'oral.

Son partage de passion avec les autres : Elle privilégie le dialogue physique avec les autres fans en concert. Sa famille lui offre souvent des cadeaux par rapport à sa passion.

Son engagement matériel et expérientiel : Pour elle, le concert est un besoin indispensable. Elle y assiste à plusieurs sur une même tournée. Une fois dans la salle, elle profite du moment au maximum et elle ne filme jamais. Quand elle pense à son premier concert, elle est nostalgique. Pour elle, le concert est à chaque fois une confirmation de son choix de passion. Dès qu'un concert se termine, elle éprouve de la tristesse. Elle dépense beaucoup d'argent en produits dérivés. Chez elle, elle en possède beaucoup. D'ailleurs, elle a gardé les vêtements de la marque Oôra sortis en 2013. Elle aime imiter les différents styles de l'artiste. Elle possède plusieurs éditions d'un même album ainsi que tous les vinyles sortis. Elle ne les déballe jamais pour les écouter, car elle préfère les exposer. Elle regarde régulièrement les DVD après un concert. Elle regarde les clips sur YouTube dès qu'elle a du temps, elle aime y voir des images de concert.

Valeur capitale de la passion : Sa passion se construit principalement autour des concerts. Pour elle, assister aux tournées représente une preuve d'engagement essentielle. Ses propres souvenirs et les objets qu'elle collectionne lui permettent de faire durer ses différentes expériences plus longtemps.

Citation :

« Je préfère, quand je vais en concert, découvrir des gens directement »

« je peux pas faire sans aller le voir »

« Des fois, j'ai 36 exemplaires d'un même album »

3.4. Persona 4 : Fan épisodique

❖ **Prénom fictif :** Emma

❖ **Âge :** 31 ans

❖ **Situation :** en couple, sportive, responsable marketing dans une grande entreprise alimentaire, influenceuse fitness

❖ **Ancienneté dans la fandom :** Fan depuis 2011 (*Danse avec les Stars*)

Son profil d'écoute : Sa manière d'écouter Matt Pokora est plus aléatoire. Elle l'organise selon les albums. Elle l'écoute beaucoup sur une courte période de temps et sur une période plus longue, son écoute est plus diversifiée. Son objectif est d'éviter la lassitude. Elle adore écouter

d'autres artistes. À travers la création de ses playlists, elle mélange l'artiste à d'autres. Son intensité d'écoute va diminuer à l'âge adulte.

Son rapport émotionnel à la musique : Elle accorde beaucoup d'importance à la compréhension des paroles de chansons. En ce sens, elle n'apprécie pas beaucoup les chansons en anglais de l'artiste. Elle adapte son écoute à ses humeurs. Elle évite d'écouter les chansons qui lui procurent trop d'émotions.

Son attachement à Matt Pokora : Elle est devenue fan de l'artiste en regardant la saison 1 de *Danse avec les stars*. Même si elle aime d'autres d'artistes, Matt Pokora est son préféré. Elle met en avant son côté bosseur.

Sa participation active : Elle n'aime pas partager sa passion sur les réseaux sociaux. Elle n'est pas présente dans des groupes de fans, car elle déteste les faux comptes qui se font passer pour l'artiste. Même si elle voit rarement des critiques autour de Matt Pokora, elle trouve inutile de le défendre par peur des répercussions.

Son partage de passion avec les autres : Pendant son adolescence, elle échangeait beaucoup avec des fans en ligne, mais avec le temps, elle a perdu le contact aujourd'hui. Elle ne partage jamais sa passion dans sa vie de couple ou avec ses amis.

Son engagement matériel et expérientiel : Elle s'est rendue une fois en concert. En ce sens, comme elle va rarement aux concerts, elle assiste parfois aux spectacles du sosie de Matt. Elle achetait du merchandising au début de sa passion, mais plus aujourd'hui. Même si elle possède ses CD préférés de l'artiste, l'achat de supports pour les écouter n'est pas une priorité pour elle. Elle ne consomme pas les DVD sauf quand ils sont inclus dans un album. Elle possède quelques vinyles. Dès qu'un clip sort, elle le visionne beaucoup pendant un mois et puis sa consommation devient plus espacée.

Valeur capitale de la passion : Selon elle, être fan renvoie à un attachement de la musique plus personnel et modéré. Sa passion est discrète et uniquement intégrée à sa vie privée. Même si elle aime l'artiste, elle ne tient pas à en faire un élément central de son existence.

Citation :

« Il y a des jours aussi où ça m'arrive de ne pas du tout écouter »

« c'est vrai que dans ma playlist y a vraiment de tout mélangé donc de Matt, d'autres artistes »

Finalement, ces personas montrent bien que chaque fan de Matt Pokora peut avoir ses propres particularités au niveau de l'écoute, des émotions, du rapport à l'artiste, de l'activité en ligne, du partage avec les autres et des expériences. Chacun d'entre eux possède également des valeurs centrales de passion différentes. C'est loin d'être un groupe homogène.

4. Discussion

À travers l'analyse de nos 22 entretiens réalisés auprès des fans de Matt Pokora, nous avons pu observer différentes formes de pratiques d'écoute et d'engagement envers l'artiste. Les résultats obtenus montrent que l'écoute de la musique ne renvoie pas seulement à une simple consommation passive mais qu'elle possède des fonctions émotionnelles, sociales, matérielles et identitaires fortes. Selon leur parcours individuel, les fans vont adopter des pratiques différentes que ce soit au niveau de leur usage des plateformes numériques ou de leur manière d'intégrer leur passion à leur existence.

La discussion ci-dessous a pour but de faire dialoguer ces résultats avec la théorie citée dans notre revue de littérature. Nous allons tenter de comprendre l'influence des pratiques d'écoute sur l'engagement des fans, prouver que la musique peut détenir des fonctions émotionnelles et étudier comment les réseaux sociaux, les concerts et les produits dérivés peuvent renforcer les liens entre les fans et leur artiste.

4.1. Les pratiques d'écoute comme indicateur de l'engagement des fans

Les résultats de notre sondage montrent que les pratiques d'écoute occupent une place centrale dans l'engagement des fans de Matt Pokora. En effet, la plupart des fans réalisent une écoute quotidienne de sa musique. Cette fréquence d'écoute semble liée à l'ancienneté des fans dans la fandom car les fans présents depuis plus longtemps auront tendance à développer une consommation plus intensive. Notre persona Tiffany illustre parfaitement cette écoute intensive. Elle est fan de Matt Pokora depuis ses débuts dans *Popstars* et elle l'écoute « *H24* ». Selon Bertin (2010), elle réalise une écoute en boucle où son cycle d'écoutes était discontinu au départ et puis est devenu de plus en plus rapproché pour arriver dans un flux d'écoutes continues.

Dans le même sens, elle réalise aussi une écoute répétée où elle aime réécouter certaines chansons plusieurs fois d'affilée. Selon Bertin (2010) et son schéma de réécoute, nous pouvons ici reprendre le schéma de la persistance où une pratique excessive de la musique va provoquer une valeur passionnelle à l'auditeur. À l'opposé, notre persona Emma peut rester plusieurs jours

sans écouter l'artiste pour éviter toute forme de lassitude. C'est le schéma de dilapidation où au fil des différentes écoutes, l'intensité éprouvée initialement diminue. (Bertin, 2010).

Selon les résultats de notre sondage, pour réaliser cette écoute quotidienne et répétée, les fans vont privilégier les plateformes de streaming pour un accès rapide et instantané. Spotify, Deezer et YouTube apparaissent comme les supports les plus utilisés. Tiffany aime aussi s'en servir pour consulter les statistiques de son écoute et voir si Matt Pokora reste son artiste favori. Granjon et Combes (2007) parlent de numérimorphose pour désigner cette apparition de la musique numérique et ils soulignent également l'importance grandissante de ces plateformes de streaming.

À travers celles-ci, les fans vont construire leur propre écoute – événement grâce à la réalisation de playlists (Detry, 2013). Selon Le Bart (2004), elles représentent une manière pour les fans de regrouper leurs morceaux et de se construire un produit personnalisé. Grâce à nos résultats, nous avons pu observer des différences notables au niveau de la consommation de ces playlists en ce qui concerne les fans de Matt Pokora. En effet, le persona de Tiffany va créer des playlists uniquement dédiées à l'artiste tandis que le persona de James va préférer consommer les playlists suggérées. Ces suggestions sont élaborées par les plateformes et basées sur les préférences des consommateurs. Elles leur permettent de ne pas perdre de temps dans la création (Detry, 2013). Au sein de ces playlists, le persona d'Emma va plutôt combiner l'artiste à d'autres et le persona de Sandrine va exclusivement se baser sur les setlists de concerts. Grâce à nos résultats d'entretiens et à cette mise en évidence des playlists, nous pouvons constater que certains fans vont réaliser une écoute exclusive de l'artiste et d'autres vont préférer une écoute diversifiée. Pour aller plus loin, Granjon et Combes (2007) font la distinction entre amateurs profanes et experts. Au niveau de la création de playlists, celle des amateurs profanes ressemble à un visionnage d'épisodes d'une série où ils vont sélectionner les morceaux qu'ils affectionnent, sans faire de nouvelles découvertes et celle des amateurs experts est plus élaborée et basée sur des informations obtenues en amont. Nous pouvons dire que Tiffany et Sandrine vont se situer à la frontière entre les deux puisqu'elles créent leurs playlists avec des musiques qu'elles connaissent déjà, issues du répertoire de leur artiste préféré mais leur position de fan leur permet d'avoir des connaissances plus étendues en ce qui concerne Matt Pokora et sa musique. Et les personas de James et Emma sont davantage considérés à nos yeux comme des amateurs profanes car leur écoute musicale renvoie à un simple divertissement où leurs goûts musicaux ne sont jamais figés et évoluent sans cesse.

Via cette écoute quotidienne et intensive, nous pouvons donc dire que la musique accompagne les fans dans chaque moment de leur existence. Elle accompagne Tiffany dans chaque activité qu'elle réalise. Sur base des analyses de nos entretiens, nous avons pu voir que les fans dessinent, lisent, nagent, font leur ménage ou encore cuisinent avec la musique de Matt Pokora. C'est ce que Bertin (2010) appelle une pratique concomitante où la musique devient, dans la plupart des cas, plus importante que l'activité elle-même. L'autre activité devient une vulgaire toile de fond, une habitude. Detry (2013) rappelle que cela dépend évidemment de la situation dans laquelle on se trouve. Par moments la musique ne prend pas le dessus sur l'activité. Cela renvoie donc à une écoute flottante où la musique n'est pas réellement écoutée sur le moment et où l'auditeur n'y prête pas réellement attention.

Il est important aussi de souligner qu'en fonction du parcours des fans, l'écoute de la musique évolue différemment. Pour certains fans, leur écoute ne fait qu'augmenter ou se stabiliser depuis la découverte de leur passion pour Matt Pokora. C'est le cas de Tiffany. Selon nos entretiens, cette évolution peut aussi être liée au fait qu'une fois à l'âge adulte, les fans prennent leur indépendance musicale par rapport à leur milieu familial. Ils forgent leurs propres goûts musicaux. À l'inverse, pour d'autres fans, cette écoute va diminuer avec l'âge. Cela va s'appliquer à notre persona Emma. Donnat (2009) s'est intéressé à cette évolution d'écoute et affirme justement que les fans vont adopter leurs pratiques d'écoute au moment de leur existence : *« elle a bien entendu tendance à diminuer lors de l'entrée dans la vie adulte, notamment après la naissance d'un enfant »* (Donnat, 2009, p.7). Cette diminution à l'âge adulte est également une des stratégies d'ajustement reprises par Le Bart (2004).

Enfin, selon nos analyses, nous pouvons affirmer que l'écoute intensive et l'écoute solitaire vont de pair puisque les fans qui écoutent l'artiste régulièrement, préfèrent davantage l'écouter en solitaire. Pour notre persona Tiffany, l'écouter seule lui permet de se reconnecter à elle-même. Une participante disait que c'était une reconnexion à son enfant intérieur. Pour Detry (2015), l'apparition du casque audio a joué un rôle déterminant dans le développement de cette écoute solitaire.

Par conséquent, nous pouvons affirmer que les pratiques d'écoute sont révélatrices de l'engagement des fans. À travers la fréquence d'écoute, les supports utilisés, les playlists créées ou encore l'accompagnement de la musique au quotidien, les fans établissent des rapports différents à Matt Pokora. Nos personas ont permis de mettre en avant différentes formes d'engagement allant de l'écoute exclusive et passionnée jusqu'à une écoute plus diversifiée.

4.2. La musique comme support émotionnel et identitaire

Les résultats de notre sondage démontrent bien que la musique possède plusieurs fonctions émotionnelles et identitaires. À travers leurs préférences musicales, les fans vont s'approprier l'œuvre de Matt Pokora et associer les textes de ses chansons aux événements de leur histoire personnelle. Lors de nos entretiens, une fan nous a confié que la chanson *Rien d'impossible* correspondait parfaitement à ce qu'elle vivait en ce moment. Concernant Tiffany, les textes de certaines chansons l'ont aidée à prendre des décisions importantes dans sa vie et James utilise les chansons pour montrer aux autres ce qu'il ressent sur le moment. Nous pouvons reprendre ici le principe esthétique d'extraction cité par Jenkins (2013) où les fans se réapproprient des morceaux de l'histoire pour les intégrer à leur quotidien. Granjon et Combes (2007) vont plus loin et parlent d'appropriation musicale pour représenter le fait que justement les fans vont déconstruire l'album et s'approprier les morceaux.

Dans le même sens, notre analyse du sondage nous a permis de constater que l'album le moins choisi par les fans était *MP3*. En effet, étant un album pratiquement anglais, nous pouvons remarquer que certains fans interrogés se sont moins appropriés les textes des chansons. Les fans accordent donc beaucoup d'importance au sens des paroles chantées par l'artiste. Selon Bertin (2010), même si une pratique d'écoute c'est écouter, il faut aussi pouvoir ressentir et se reconnaître dans des situations et des environnements distincts.

Dans cette partie, il est intéressant de se pencher également sur les événements déclencheurs de passion, plus précisément sur les sources qui provoquent, chez les fans, leur émotion initiale pour Matt Pokora. Sur base de nos résultats de l'analyse quantitative, nous avons pu observer que la musique et le milieu familial étaient les deux plus grandes sources de déclenchement de passion chez les fans. Dans cette optique, Guillet (2016) parle de choc esthétique et affirme qu'un coup de foudre entre les individus et leur passion peut apparaître grâce uniquement au visionnage d'un DVD. Concernant nos entretiens, beaucoup de fans sont entrés dans la passion grâce à *Popstars*. En ce sens, Guillet (2016) reprend le concept de *Superman* d'Uberto Eco (1978) pour désigner les stars de télécrochet comme Matt Pokora qui sont passées de l'ombre à la lumière.

Par ailleurs, la musique peut aussi représenter un soutien émotionnel où elle va aider les fans à traverser des moments difficiles de leur vie. Pendant nos entretiens, un participant nous a confié que l'album *À la poursuite du bonheur* l'a aidé à aller de l'avant pendant son harcèlement scolaire. Si on se base sur Tiffany, on peut voir que la musique l'a notamment soutenue à

accepter la disparition d'une personne. Pour Le Bart (2004), les appareils électroniques utilisés par les consommateurs pour leur écoute vont leur permettre l'évasion, le réconfort et l'adaptation à ces situations difficiles. Detry (2013) affirme qu'à travers les différentes possibilités de pratiques d'écoute offertes, les auditeurs en privilégient certaines au détriment d'autres pour construire leur propre sentiment de sécurité.

Au-delà de la musique, pour Stever (2010), les fans vont aussi se tourner vers leur star à proprement parler pour combattre ces moments de vie difficiles. Perret (2014) évoque la figure héroïque pour désigner les individus, qui en l'absence de figure d'attachement primaire à l'adolescence, se tournent vers leur célébrité. Pour Horton et Wohl (1956), c'est l'apparition des interactions parasociales (IPS). Cette star, pourtant inconnue, devient un membre à part entière de la famille, un lien d'amitié invisible va se construire (Galluzzo et Galan, 2013). Lors de nos entretiens, une participante comparait l'artiste à un grand frère : « *c'est un peu un grand frère pour beaucoup de gens* ». Notre persona Tiffany développe aussi cette relation parasociale et elle aime se trouver des points communs avec son idole. Selon Fourquet- Courbet & Courbet (2012), ces IPS peuvent perdurer jusqu'à l'âge de 16 ans.

En outre, en plus de cette relation parasociale, certains fans vont tout faire pour tenter de confirmer l'image de l'artiste renvoyée par les médias dans la réalité. C'est le cas de James qui utilise tous les moyens mis à sa disposition pour le faire, son métier de journaliste lui est d'une grande aide à ce niveau-là. Une personne interrogée, qui a eu un des anciens danseurs de Matt Pokora comme prof de danse et qui a aujourd'hui comme professeur de chant, l'ancien directeur artistique de The Voice Belgique, a pu confirmer à travers des échanges, que l'image renvoyée par les médias n'était pas biaisée. Cette confirmation était importante pour elle. Toutefois, Reeves & Nass (1996, cité par Stever, 2017) pensent que cette exposition médiatique empêche les fans de distinguer le monde réel de l'imaginaire.

En conclusion, la musique de Matt Pokora représente un réel support émotionnel et identitaire pour les fans. À travers les paroles, les albums ou encore les souvenirs que les fans peuvent y associer, une relation personnelle avec l'univers de l'artiste se développe. Les fans intègrent la musique à leur parcours de vie. Nos résultats montrent également que l'appropriation musicale va s'appliquer au-delà de l'écoute car les fans vont l'utiliser comme moyen d'expression, de réconfort ou d'évasion face aux difficultés de leur vie. La relation parasociale que les fans choisissent d'établir avec leur artiste peut aussi les aider d'un point de vue émotionnel. Les pratiques d'écoute des fans de Matt Pokora ne représentent pas seulement une source de

divertissement mais elles permettent aux individus de renforcer leur identité et de ressentir des émotions en fonction des situations vécues.

4.3. La passion comme source de partage

Concernant le partage de la musique, à travers les résultats de notre sondage, nous pouvons voir que les fans utilisent les plateformes numériques pour écouter Matt Pokora avec d'autres et garder les CD et vinyles pour leur consommation plus personnelle. Au niveau social, nous avons pu observer que les fans favorisent leur famille, puis leurs amis proches et enfin les réseaux sociaux. Si nous reprenons Legon (2011) nous pouvons affirmer que la famille et les amis proches symbolisent des liens forts et que les connaissances issues des réseaux sociaux représentent des liens faibles. En fonction de ces liens, l'auteur souligne que les fans ne vont pas partager leur passion de la même manière.

Au sein de leur famille, la passion des fans pour Matt Pokora peut représenter une source de rapprochement ou d'éloignement. En effet, si on reprend le cas de notre persona James, il s'est rapproché de sa maman grâce à sa passion mais son papa ne lui adresse plus la parole à cause de ça. Pour tenter d'expliquer cela, nous avons décidé de confronter le point de vue de deux auteurs. D'une part, selon Donnat (2009), la passion peut être considérée comme un héritage culturel permettant de maintenir un lien avec la famille mais d'autre part, selon Le Bart (2004) et son opium de différenciation, la passion aide les fans à se construire une identité personnelle qui peut parfois l'éloigner de certaines normes familiales.

En ce qui concerne leur vie de couple, les fans ne partagent pas non plus leur passion de la même manière. James intègre pleinement sa passion à sa vie de couple tandis qu'Emma préfère la garder pour elle. Pour Donnat (2009), les fans tentent de convertir leur conjoint à leur passion mais pour Guillet (2016), cette dernière peut représenter une source de conflit ou de rupture. Au niveau du cercle professionnel, une fan nous avait confié qu'à un moment donné, elle n'hésitait pas à écouter du Matt Pokora sur son lieu de travail. Pour Guillet (2016), les individus montrent moins leur passion au travail.

Nous pouvons aussi aborder la question de la transmission. Lors de nos entretiens, nous avons constaté que les fans devenus parents accordaient beaucoup d'importance au fait de faire découvrir Matt Pokora à leurs enfants : « *Et aujourd'hui, je partage un peu sa musique avec ma fille. Elle est encore petite, elle a que 19 mois, mais euh.... elle en connaît déjà pas mal, je dirais* ». Selon Dupuy-Salle et al. (2016), ce que nous entendons à la naissance influence nos goûts musicaux d'adulte.

Quant aux réseaux sociaux, nous avons pu remarquer que les plus utilisés par les fans de Matt Pokora étaient Facebook et Instagram et que les fans qui réalisent une écoute régulière de sa musique, développent une utilisation plus importante des réseaux sociaux. À travers nos quatre personas, nous avons remarqué des engagements différents. Tiffany est présente sur tous les réseaux sociaux pour suivre les contenus publiés par l'artiste. Elle lui a d'ailleurs dédié un compte TikTok. James est fortement actif sur les réseaux sociaux et il commente et réagit régulièrement aux contenus de sa star. Sandrine est aussi active mais pas présente sur tous les médias sociaux. Et Emma n'aime pas y partager sa passion. Jenkins (2013) utilise le principe esthétique de circulation pour représenter la participation des fans à la co-construction de contenus médiatiques et au développement de nouvelles compétences. Les médias ne sont plus séparés mais ils s'inscrivent dans un ensemble. Les histoires sont racontées sur différents médias et les fans viennent y participer activement en créant et en partageant du contenu. Les informations se propagent de manière horizontale et un savoir collectif va se construire. En ce sens, pour Bourdaa (2016), les fans ne sont plus de simples récepteurs mais deviennent producteurs de contenus et utilisent leur créativité au service de leur passion.

De plus, sur ces réseaux sociaux, ils peuvent aussi mettre cette créativité au service de communautés de fans. Selon les chiffres de notre sondage, beaucoup de fans de Matt Pokora ne se déclarent pas membres de ces communautés. À l'inverse, au cours de nos entretiens, quelques fans ont abordé le sujet. Pour Tiffany, les groupes de fans représentent avant tout une source d'information concernant l'actualité de sa star. James les utilise constamment pour organiser différents projets, il a d'ailleurs créé son propre groupe. Et Sandrine regarde les publications de ces groupes sur Facebook. Bourdaa (2018) parle d'émulation intellectuelle pour désigner le plaisir que les fans peuvent éprouver au sein de ces conversations en ligne. Au cœur de ces communautés, elle soutient que les fans ne sont plus des individus singuliers mais qu'ils s'intègrent pleinement à des groupes qui partagent la même passion qu'eux. Ils sortent du public ordinaire pour devenir informés et connectés. Contrairement à Jenkins (1992), elle ajoute que les effets ne sont pas toujours positifs car elle affirme qu'une hiérarchie entre anciens et nouveaux fans peut s'installer. Certains fans peuvent se sentir supérieurs à d'autres. Cependant, l'une de nos fans interrogées a souligné que selon elle, les communautés de fans de Matt Pokora restaient relativement bienveillantes.

Pour conclure, les pratiques d'écoute des fans de Matt Pokora ne se limitent pas à une consommation individuelle de la musique mais possèdent des logiques relationnelles et sociales. Grâce à leur partage de passion avec leur famille, leurs amis, leur conjoint ou au sein

des communautés en ligne, les fans établissent différentes manières de sociabiliser autour de l'artiste. La passion peut encourager le rapprochement mais aussi provoquer l'éloignement. Les réseaux sociaux et leurs communautés de fans occupent aussi une place conséquente puisqu'ils permettent aux fans d'apporter un sens nouveau à leurs pratiques d'écoute à travers les échanges ou la création de contenus.

4.4. L'engagement expérientiel et matériel

Quand on parle de l'expérience, il est d'abord essentiel de s'intéresser au concert car comme nous avons pu l'aborder précédemment pour Matt Pokora, l'album c'est le prétexte pour retourner sur scène. Les résultats de notre sondage ont montré que la plupart des fans ont déjà participé à au moins un concert. Nous pouvons dire que c'est une pratique d'écoute qui permet d'écouter la musique différemment. Les fans qui adoptent une écoute régulière vont avoir tendance à s'y rendre plus souvent. C'est le cas de Tiffany qui perçoit le concert comme un aboutissement de moments difficiles. En ce sens, selon Guillet (2016), nous pouvons affirmer qu'il apporte une bouffée de légèreté dans la vie de Tiffany. Pour Sandrine, le concert représente un besoin indispensable. Elle va d'ailleurs assister à plusieurs représentations sur une même tournée. Selon Heinich (2011a), même monnayé par un ticket d'entrée, le concert va assouvir le désir de Sandrine de voir la célébrité en vrai et d'écouter sa musique.

De plus, même si selon les résultats de notre sondage les fans ne se rassemblent pas entre eux avant les concerts, ils accordent une grande importance aux échanges lors de ceux-ci. Concernant notre persona Sandrine, même si elle aime écouter Matt Pokora en solitaire, elle préfère vivre les concerts en groupe. Bandura (1986, cité par Stever, 2010) se sert du concert pour illustrer sa théorie sociale cognitive. En effet, au cours de l'évènement, l'individu va répondre à un ensemble de stimuli réunis dans un triangle à trois branches : les personnes autour, l'environnement et son propre comportement. Par exemple, les fans vont utiliser des actes répétitifs pour attirer l'attention de leur star. Ils veulent être reconnus par cette dernière. Rochon (2022) décrit la musique comme élément permettant de combattre toute forme d'animosité au sein des groupes sociaux. C'est un outil de gratification, de beauté, de plaisir et de divertissement qui va favoriser l'amitié. Nous avons eu envie de reprendre cette définition de la musique ici car c'est exactement ce qui se passe en concert.

À la suite du concert ou même à travers l'écoute de musique, nous pouvons parler de nostalgie. Sandrine est nostalgique de son premier concert et elle éprouve de la tristesse à chaque final. Elle se demande quand elle reverra son idole. Selon Hesmondhalgh (2007), la musique peut

favoriser la nostalgie à travers divers événements comme des sorties en boîtes de nuit, des obsèques ou des émissions de radio. Le concert ne fait bien sûr pas exception à la règle. Pour Bertin (2010), la musique fait apparaître des souvenirs, des lieux ou encore des moments de vie chez l'auditeur. Concernant Tiffany, elle aime voir une combinaison d'anciennes et nouvelles chansons sur scène parce que si on se base sur Chaney (2010), dans la relation entre artistes et consommateurs, il s'avère primordial de se souvenir des expériences passées enrichissantes.

Nos résultats du sondage ont également montré que les fans aimaient collectionner des produits dérivés. Ils les achètent souvent après les concerts. Pour Sandrine, cela représente systématiquement une source de dépenses considérable. Elle aime tout posséder. Concernant Tiffany, chez elle, elle a une pièce réservée à ses objets dérivés et réaliser cette collection lui remonte le moral. Emma en achetait à l'adolescence mais plus aujourd'hui. Si on se base sur les trois types de collections cités par Bourdaa (2018), nous pouvons dire que Sandrine réalise une collection systémique car elle est similaire à une pratique muséale. Pour Tiffany, c'est une collection fétichiste car elle illustre son rapport fusionnel à l'artiste. Pour l'auteur, collectionner signifie rassembler et collecter des objets matériels dans le but de les exposer aux yeux de tous, tel un véritable musée.

Dans le sens de ces collections, nous pouvons aussi nous intéresser aux CD et vinyles. Selon notre sondage, ils occupent une place importante auprès des fans de Matt Pokora. Concernant les CD, si Tiffany en possède c'est parce que les déballer lui procure du plaisir et parce qu'elle redoute d'éventuels bugs numériques. James les achète pour montrer son soutien à l'artiste. Sandrine détient plusieurs éditions d'un même album mais ne les ouvre jamais pour pouvoir les exposer. Et Emma aime uniquement acheter ses préférés mais elle n'a plus de support pour les écouter. Granjon et Combes (2007) parlent de discomorphose pour désigner la période où l'album de l'artiste était valorisé. Aujourd'hui c'est différent, nous pouvons remarquer que si les fans achètent les CD, ce n'est pas dans le but premier de les écouter. En effet, pour Bernard (2025), si les fans achètent un disque c'est plus par nécessité que par fétichisme. Mais selon Debruyne (2015), même si le CD est considéré comme un support d'écoute fossile, il occupe encore une place déterminante après investissement et connaissance de cause d'un artiste à travers le numérique. Pour les vinyles, même si la plupart n'en possèdent pas encore, les fans sont désireux de les découvrir. Même si tout comme le CD, c'est un support perçu comme fossile aujourd'hui, le DVD occupe encore une place essentielle auprès des fans de Matt Pokora. Il a régulièrement été mentionné au cours de nos entretiens. Tiffany souligne sa qualité,

Sandrine aime le visionner après un concert et Emma l'achète uniquement s'il est inclus dans un album qu'elle aime.

Comme nous avons pu déjà le citer ci-dessus, YouTube est une plateforme très utilisée pour l'écoute de la musique mais elle peut aussi être employée en ce qui concerne l'amélioration de l'expérience. D'abord à travers le visionnage des clips. Nos quatre personas les regardent mais de manière différente. Pour Tiffany, c'est juste pour son plaisir personnel. James, c'est pour apprendre les chorégraphies. Sandrine, c'est pour y voir des images de concert. Et Emma, c'est plus par période, elle peut rapidement s'en lasser. Selon Straw (2018), le clip vidéo va permettre une institution de la chanson comme marketing de l'album. C'est l'artiste lui-même qui décide de la direction que va prendre son clip. Ensuite, des concerts peuvent aussi être diffusés sur YouTube. Même si ce n'est pas la pratique la plus citée par les fans, elle reste quand même importante. James ne consomme pas les DVD et préfère regarder les concerts publiés par d'autres fans. Berger (2016) souligne un regain de la scène depuis une quinzaine d'années et ces concerts partagés sur YouTube permettent de revivre ses propres moments de concerts ou ceux diffusés par d'autres. Elle décrit la plateforme comme un lieu d'appropriation et de mémoire où les fans peuvent partager et écouter leur musique favorite.

Pour finir, nous avons trouvé intéressant d'aborder l'expérience de la passion d'un point de vue physique et comment les fans utilisent justement ce physique pour arborer cette passion aux yeux des autres. Même si encore une fois ce n'est pas une pratique adoptée par la majorité, certains fans aiment imiter le style vestimentaire de Matt Pokora. C'est le cas de Sandrine qui ne va pas hésiter à s'inspirer de quelques tenues de son artiste pour se constituer son propre style. Même s'il concerne essentiellement le monde des jeux vidéo, nous avons relié cela au cosplay. Selon Guillet (2016), c'est une véritable construction identitaire pour les fans, une identité dérobée. Les fans prennent possession de leur corps ou vêtements pour donner vie à un costume au sein de la fandom. Au cours de nos entretiens, une fan a aussi parlé de tatouage : *« Je me suis même fait tatouer Pokora sur moi. Et là prochainement, je vais me faire MP dans le cou en rapport avec lui. Et je vais me faire aussi tatouer l'étoile pareil que lui sur la main gauche comme lui »*. Selon Bourdaa (2018), c'est une autre manière pour les fans d'utiliser leur corps par rapport à leur passion.

En conclusion, l'engagement des fans de Matt Pokora s'étend bien au-delà de la simple écoute de musique. Grâce à cette partie, nous avons pu observer que cette écoute pouvait prendre aussi une dimension expérientielle et matérielle. L'élément principal est le concert car les fans vont y vivre la musique différemment d'un point de vue collectif et émotionnel. À travers ces

expériences, la musique permet la nostalgie et le souvenir. De plus, les objets matériels comme les vêtements, les CD ou les DVD, offrent aux fans la possibilité d'inclure leur passion dans leur quotidien. Enfin, certains fans ne vont pas hésiter à utiliser leur physique pour montrer leur passion à travers leurs vêtements ou la création de tatouages.

Conclusion générale

En réalisant ce mémoire, notre objectif était de comprendre comment les pratiques d'écoute de musique peuvent avoir un impact sur l'engagement des fans de Matt Pokora. À travers une méthodologie mêlant à la fois une méthode quantitative basée sur un sondage de 669 réponses et une méthode qualitative basée sur 22 entretiens semi-directifs, nous avons pu faire ressortir plusieurs formes d'engagement distinctes des fans lors de leur consommation de la musique de leur artiste favori.

Dans un premier temps, grâce à nos résultats, nous avons pu observer que les pratiques d'écoute s'avèrent essentielles dans le lien que les fans peuvent tisser avec Matt Pokora. Une écoute régulière, répétée et solitaire réalisée sur les plateformes numériques peut illustrer un engagement plus important par rapport à l'artiste. En fonction de leur histoire personnelle ou de leur place dans la fandom, les fans vont adopter des habitudes d'écoute différentes. De plus, les playlists ou les supports d'écoute vont permettre aux fans de personnaliser leur expérience et dans le même sens, d'approfondir leur rapport à l'artiste.

Dans un second temps, nous avons pu nous intéresser aux fonctions émotionnelles et identitaires que pouvait posséder la musique. Les chansons de Matt Pokora représentent une source de soutien pour ses fans dans chaque moment de leurs vies. Ils vont associer les paroles à des souvenirs vécus ou à leur situation actuelle. Ils vont donc s'approprier personnellement les chansons. Cette appropriation musicale démontre bien que les pratiques d'écoute des fans vont bien au-delà d'une simple consommation car elles viennent renforcer leur identité.

D'autre part, nous avons pu mettre en évidence le fait que la passion éprouvée par les fans envers Matt Pokora peut aussi renvoyer à une dimension sociale. En effet, les fans ne vont pas hésiter à partager cette passion avec leur famille, leurs amis et d'autres fans grâce aux communautés en ligne. En ce sens, les réseaux sociaux vont également permettre les échanges et la création de différents contenus. Etant présents sur ces derniers, les fans vont développer un sentiment d'appartenance aux communautés. Cependant, la passion peut aussi représenter une source de conflit ou d'éloignement et perturber la vie de famille, la relation de couple ou le cercle professionnel.

De plus, l'engagement des fans peut aussi prendre une dimension expérientielle et matérielle. Quand on parle d'expérience en ce qui concerne les fans, le concert est ce qui ressort en premier car il permet de vivre la musique différemment d'un point de vue émotionnel et collectif. Au niveau matériel, nous pouvons, entre autres, citer les produits dérivés, les CD, les vinyles ou encore les DVD qui permettent aux fans d'inscrire leur passion dans leur quotidien.

Pour finir, nos résultats font ressortir aussi plusieurs valeurs capitales de passion reliées aux fans de l'artiste. Nous pouvons citer la fidélité à l'artiste, le fait de se rendre aux concerts ou la nécessité de le suivre régulièrement. Ces quelques éléments vont permettre aux fans de montrer comment ils revendiquent leur identité de fan, pour se distinguer des autres.

En conclusion, ce travail montre donc que les pratiques d'écoute des fans de Matt Pokora ne sont pas uniquement synonymes de consommation musicale mais renvoient à plusieurs dimensions, qu'elle soit émotionnelles, sociales, identitaires ou matérielles. Finalement, l'écoute de la musique est un moyen permettant aux fans de se construire individuellement, de partager avec ceux qui les entourent et de s'engager intensément envers Matt Pokora.

Néanmoins, ce travail a pu comporter quelques limites. D'abord, les pratiques d'écoute et les formes d'engagement des fans ne sont pas figées dans le temps. En effet, avec le développement toujours plus important du numérique et des plateformes de streaming, elles ne vont faire qu'évoluer. Dans le même sens, en termes d'évolution, nous pouvons aussi affirmer que la carrière de Matt Pokora n'est pas terminée et que le cadre de notre travail n'est donc pas définitif. Ensuite, même si ce mémoire s'est concentré exclusivement sur l'univers d'un artiste, plusieurs formes d'engagement étudiées dans ce cas-ci peuvent se retrouver au sein d'autres fandoms. Même si certaines caractéristiques sont plus profondes par rapport à l'identité de Matt Pokora et à ses fans comme l'importance accordée à la scène, l'attachement aux supports physiques malgré l'évolution du numérique et une volonté de transmission entre les générations. Finalement, à travers ce travail, nous nous sommes uniquement concentrés sur les pratiques d'écoute et les formes d'engagement, d'autres dimensions liées à l'industrie musicale auraient pu être abordées comme l'internationalisation des artistes.

Au niveau des perspective futures, en premier lieu, il serait intéressant à l'avenir d'approfondir la valeur centrale de passion chez les fans. Étudier justement comment les individus peuvent se définir comme « *fans* » et la place que ce statut occupe dans leur quotidien. Ensuite, il s'avèrerait également judicieux d'analyser plus précisément l'impact des réseaux sociaux sur l'engagement des fans. Même si nous avons eu l'occasion de brièvement les aborder, Instagram

et TikTok renforcent la proximité entre un artiste et ses fans et offrent de multiples possibilités en ce qui concerne la création de contenus. De plus, il serait nécessaire de comparer nos résultats autour de la fandom de Matt Pokora à celles d'autres artistes pour pouvoir faire ressortir les particularités de chaque fandom. Enfin, dans le futur, nous pensons qu'il serait intéressant de voir si Matt Pokora possède également une fandom à l'international pour élargir encore plus les différentes pratiques d'écoute.

Bibliographie

- Baccini, A. (2010). *Statistique descriptive élémentaire* [Support pédagogique]. Institut de Mathématiques de Toulouse, Université Paul Sabatier.
- Béliard, A.-S. (2009). Pseudos, avatars et bannières : la mise en scène des fans. Étude d'un forum de fans de la série télévisée Prison Break (enquête). *Terrains & travaux*, 15(1), 191-212. <https://doi.org/10.3917/tt.015.0191>.
- Benoît de Coignac, A., Feldman, M., Von Overbeck Ottino, S., & Moro, M. (2018). Johnny Hallyday, icône culturelle et idole populaire. *L'Autre*, 19, 5–9. <https://shs.cairn.info/revue-l-autre-2018-1-page-5?lang=fr>.
- Berger, V. (2016). De Daft Punk à Stromae, la French Music est-elle planétaire ? *NECTART*, 2(1), 104-110. <https://doi.org/10.3917/nect.002.0104>.
- Bernard, S. (2025). *Splendeurs et misères des groupies*. Éditions Les Pérégrines.
- Bertin, E. (2010). Écouter et réécouter. *Protée*, 38(2), 29–40. <https://doi.org/10.7202/044949ar>.
- Bourdaa, M. (2016). La promotion par les créations des fans : une réappropriation du travail des fans par les producteurs. *Raisons politiques*, 101–113. <https://shs.cairn.info/revue-raisons-politiques-2016-2-page-101?lang=fr>.
- Bourdaa, M. (2018). *Les fans : Publics actifs et engagés*. Les Impressions Nouvelles.
- Boutin, G. (2019). *L'entretien de recherche qualitatif : théorie et pratique* (2e éd.). Presses de l'Université du Québec. <https://books.google.fr/books?id=0N-nDwAAQBAJ>.

- Brault, A., & Marty, F. (2018). L'identité sonore à l'adolescence. *Adolescence*, 36(2), 319–331. <https://doi.org/10.3917/ado.102.0319>.
- Breda, H. (2024). L'envers de la magie. Culture participative, hiérarchies et « fantagonisme » au sein du fandom de Disneyland Paris. *Questions de communication*, 46(2), 35-45. <https://shs.cairn.info/revue-questions-de-communication-2024-2-page-35?lang=fr>.
- Chaney, D. (2010). L'industrie du disque à l'heure du numérique : quand les artistes sont amenés à faire du marketing relationnel. *Volume ! La revue des musiques populaires*, 7(2), 149–160. <https://doi.org/10.4000/volume.779>.
- Debruyne, F. (2015). Faire et (se) défaire (d') une expérience publique de l'écoute. *Culture & Musées*, 25, 69–93. <https://doi.org/10.4000/culturemusees.479>
- Detry, L. (2013). L'écoute musicale mobile : appropriation d'une pratique. Dans A. Klein & A.-S. Collard (Éds.), *Communication : regards croisés sur la relation* (pp. 41–58). Presses universitaires de Namur.
- Donnat, O. (2009). Les passions culturelles, entre engagement total et jardin secret. *Réseaux*, 153(1), 79–127. <https://doi.org/10.3917/res.153.0079>.
- Dupuy-Salle, M., Jutant, C., & Spano, W. (2016). La musique dont vous êtes le héros : quelques nouvelles formes de prescription culturelle à travers l'étude des plateformes musicales sur le web. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 17(3A), 99–113. <https://doi.org/10.3917/enic.hs3.0099>.
- Falgas, J. (2016). Fans who leave no digital trace: The case of a daily digital comic strip. *Études de communication*, 47, 151–166. <https://doi.org/10.4000/edc.6674>.
- Fourquet-Courbet, M., & Courbet, D. (2012). Comment les fans réagissent-ils lors du décès de la célébrité ? *Communication*, 30(2). <https://doi.org/10.4000/communication.3530>.

- Fraisse D'Olimpio, S., & Martinache, I. (2009). De la culture vers la réception et les publics ? *Idées économiques et sociales*, 155(1), 4-5. <https://doi.org/10.3917/idee.155.0004>.
- Galligani, S. (2000). De l'entretien au récit de vie : quand les sujets s'emparent de la conduite d'un entretien. *Écarts d'identité*, 92. <https://ecarts-identite.org/sites/ecarts-identite.org/IMG/pdf/7ei-92-galligani.pdf>.
- Galluzzo, A., & Galan, J.-P. (2013). L'apport de l'ethnographie multisite à l'étude du consommateur fan. *La Revue des Sciences de Gestion*, 261-262(3-4), 139-145. <https://doi.org/10.3917/rsg.261.0139>.
- Granjon, F., & Combes, C. (2007). La numérimorphose des pratiques de consommation musicale : le cas de jeunes amateurs. *Réseaux*, 145–146(6), 291–334. <https://doi.org/10.3917/res.145.0291>.
- Guillet, C. (2016). *Sociologie du fan : les passionnés de musique populaire : entre culte et construction identitaire*. Éditions Universitaires Européennes.
- Heinich, N. (2011a). La consommation de la célébrité. *L'Année sociologique*, 61(1), 103–123. <https://doi.org/10.3917/anso.111.0103>.
- Heinich, N. (2011b). La culture de la célébrité en France et dans les pays anglophones : une étude comparative. *Revue française de sociologie*, 52, 353–372. <https://shs.cairn.info/revue-francaise-de-sociologie-1-2011-2-page-353?lang=fr>.
- Hesmondhalgh, D. (2007). Musique, émotion et individualisation. *Réseaux*, 141–142(2), 203–230. <https://doi.org/10.3917/res.141.0203>.
- Imbert, G. (2010). L'entretien semi-directif : à la frontière de la santé publique et de l'anthropologie. *Recherche en soins infirmiers*, 102(3), 23–34. <https://doi.org/10.3917/rsi.102.0023>.

- Jenkins, H. (2013). La licorne origami contre-attaque (M. Bourdaa, Trad.). *Terminal*, (112), 11–28. <https://doi.org/10.4000/terminal.455>.
- Kaiser, M., & Spanu, M. (2018). « On n’écoute que des clips ! » Penser la mise en tension médiatique de la musique à l’image. *Volume !*, 14(2), 7–20. <https://doi.org/10.4000/volume.5658>.
- Knifton, R. (2012). La musique, la mémoire et l’objet absent dans les archives numériques (S. Zanolin, Trad.). *Questions de communication*, 22(2), 45–56. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.6822>.
- Kuitche Deffo, A. T., Onana, A. C., & Mgbwa, V. (2023). Le récit de vie dans la recherche en sciences de l’éducation. Université de Yaoundé 1. <https://revues.acaref.net/wp-content/uploads/sites/3/2023/06/Aristide-Thierry-KUITCHE-DEFFO.pdf>.
- Lao, A. (2011). Étude exploratoire des effets de l’imagerie mentale issue de la présentation des produits sur un site marchand : proposition d’un modèle conceptuel de recherche. *Management & Avenir*, 44(4), 101–123. <https://doi.org/10.3917/mav.044.0101>.
- Le Bart, C. (2004). Stratégies identitaires de fans. *Revue française de sociologie*, 45(2), 283–306. <https://doi.org/10.3917/rfs.452.0283>.
- Le Guern, P. (2007). En arrière la musique ! Sociologie des musiques populaires en France : la genèse d’un champ. *Réseaux*, 15–45. <https://shs.cairn.info/revue-reseaux1-2007-2-page-15?lang=fr&tab=texte-integral>.
- Le Guern, P. (2009). Entre esthétique et politique : sociologie des fans, un bilan critique. *Réseaux*, 19–54. <https://doi.org/10.3917/res.153.0019>.
- Legon, T. (2011). La force des liens forts : culture et sociabilité en milieu lycéen. *Réseaux*, 165(1), 215–248. <https://doi.org/10.3917/res.165.0215>.

- Maisonnette, S. (2006). De la machine parlante au disque : une innovation technique, commerciale et culturelle. *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 92(4), 17–31. <https://doi.org/10.3917/ving.092.0017>.
- Micheau, B., Després-Lonnet, M., & Cotte, D. (2017). Music recommendation between textual inscriptions, social practices and listening devices. *Études de communication*, 49, 33–56. <https://doi.org/10.4000/edc.7014>.
- Morin, E. (1960). *Les Stars*. Éditions du Seuil.
- Noreau, P. (2022). *Le sondage : mesure de fait, d'attitude et d'opinion* [Manuscrit non publié]. Université de Montréal.
- Passeron, J.-C. (2003). Consommation et réception de la culture : la démocratisation des publics. Dans O. Donnat & P. Tolila (Éds.), *Le(s) public(s) de la culture* (pp. 361–390). Presses de Sciences Po. <https://doi.org/10.3917/scpo.donna.2003.01.0361>.
- Pernez, P. (2023). *M. Pokora, un prince dans les étoiles*. Éditions L'Archipel.
- Perret, A. (2014). Héros ou « Fan-atisme » adolescent ? Entre modèle et inspiration. *Actualité de la question du trauma à l'adolescence. Topique*, 126(1), 39-49. <https://doi.org/10.3917/top.126.0039>.
- Pin, C. (2023). *L'entretien semi-directif* (LIEPP Fiche méthodologique n° 3). HAL Open Science. <https://sciencespo.hal.science/hal-04087897v1>.
- Rochon, M. (2022). *Comment la musique transforme notre cerveau : ce que la science sait de notre rapport à la musique*. Quanto.
- Roueff, O. (2001). Musiques et émotions. *Terrain*, 37. <https://doi.org/10.4000/terrain.1280>.

- Sepulchre, S. (2013). Les constellations narratives : que font les téléspectateurs des adaptations multimédiatiques des séries télévisées ? *TV/Series*, 3. <https://doi.org/10.4000/tvseries.729>.
- Servais, O., & Sepulchre, S. (2018). Vers un usage transmédia ordinaire : l'usage transmédia des mondes par un francophone dans le MMORPG et la série *Game of Thrones*. *M/C Journal*, 21(1). <https://doi.org/10.5204/mcj.1367>.
- Stever, G. S. (2010). Fan behavior and lifespan development theory: Explaining parasocial and social attachment to celebrities. *Journal of Adult Development*, 18(1), 1–7. <https://doi.org/10.1007/s10804-010-9100-0>.
- Stever, G. S. (2017). Evolutionary theory and reactions to mass media: Understanding parasocial attachment. *Psychology of Popular Media Culture*, 6(2), 95–102. <https://doi.org/10.1037/ppm0000116>.
- Straw, W. (2018). Le clip vidéo et ses contextes : musiques populaires et postmodernité dans les années 1980. *Volume !*, 14(2), 21–40. <https://doi.org/10.4000/volume.5537>.
- Tabary-Bolka, L. (2009). Culture adolescente vs culture informationnelle. L'adolescent acteur de la circulation de l'information sur internet. *Les Cahiers du numérique*, 5(3), 85-97. <https://shs.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2009-3-page-85?lang=fr>.
- Taquet, P. (2016). Les motivations dans l'usage pathologique des jeux vidéo : théories et thérapie. *Terminal*, 119. <https://doi.org/10.4000/terminal.1542>.
- Uzunidis, D. (2007). De la méthode de recherche économique. *Marché et organisations*, 5(3), 101–106. <https://doi.org/10.3917/maorg.005.0101>.
- Wahnich, S. (2006, septembre). Enquêtes quantitatives et qualitatives, observation ethnographique : trois méthodes d'approche des publics. *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, 6, 8–12. <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2006-06-0008-002>.

