



L'influence du numérique sur la visibilité du *Metal* en France depuis 2006

Sous la direction de M Gaëtan
Pichon

IUT Robert Schuman

Département Information–Communication

Licence Professionnelle - Médiation de l'Information

Et du Document dans les Environnements Numériques

SOMMAIRE

Table des matières

SOMMAIRE	3
1) Introduction	5
Analyse de l'existant	6
Le Metal aujourd'hui	6
Présence du <i>Metal</i> dans le monde	7
Début de l'influence des réseaux sociaux	7
Le <i>Metal</i> en France	8
2) YouTube et Metalliquoi	9
Présentation de la chaîne Metalliquoi	9
Analyse du contenu	10
Made in France : "Du Metal bien d'chez nous !"	10
Analyse de l'audience	11
3) Metalliquoi ? l'émission	12
Interview Metalliquoi ? (Interview disponible Annexe 3)	14
Choix du sujet	14
Objectif de l'étude	14
Ce que l'on veut savoir (les grandes questions, l'hypothèse qu'il faut vérifier)	15
L'aspect numérique	16
La communauté	17
<i>YouTube</i> , La France, Le <i>Metal</i>	18
4) Enquête (questionnaire et analyse disponibles Annexe 1 et 2)	19
Méthodologie	20
La fréquence d'écoute	21
Les différentes tranches d'âges	22
Comment les gens s'informent sur leurs groupes	23
Plateforme d'écoute	24

L'application Bandcamp	25
Les festivals de <i>Metal</i> en France : comment vous renseignez-vous ?	26
5) La question ouverte	28
6) Conclusion de l'enquête	32
7) Les limites	35
8) Conclusion	37
9) Lexique	39
Bibliographie	43
Littérature	43
Articles	44
Webzine et Chaîne <i>YouTube</i>	45

1) Introduction

« Le *Metal* ». Rien qu'en prononçant ce mot on s'imagine déjà ses affiliations à « *Satan* », au bruit ou encore à la violence, pour ne citer que ces raccourcis utilisés pour définir un genre âgé de bientôt trente ans. Pourtant, tout comme la *pop*, ou le *jazz*, cette musique regorge de célébrités et de pontes qui ont bâti ce genre et qui ont su le porter jusqu'à la célébrité commerciale. *Dream on*, *Iron Man*, ou encore *Another Brick In The Wall*, ces noms ne vous diront pas grand-chose sous cette appellation, mais si un de leurs morceaux passaient, alors un sourire timide se dessinerait sur votre visage et un « *Ahhhh mais oui je vois, je connais, c'est qui encore ?* » s'extirperait de vos lèvres, le verdict tomberait : *Black Sabbath*, *Led Zeppelin* ou encore *Pink Floyd*. Alors d'une voix tonitruante vous vous écririez : « *Ces groupes, ce ne sont pas des groupes de Metal ce n'est pas possible* ». Effectivement, l'appellation est grossière et mal utilisée, car l'appellation *Metal* en France, regroupe tous les genres qui lui appartiennent, c'est à dire une bonne trentaine et ce n'est pas un mot pour définir un style d'un groupe de musique.

Du Heavy Metal, au Deathcore le Metal inonde Internet par ses nouveaux genres, ses nouveaux artistes et s'est taillé une place de choix dans les pays européens. « Tous ? Non ! Un petit pays d'irréductibles Gaulois résiste encore et toujours à l'envahisseur ». La France, a beaucoup de mal à populariser cette musique contrairement à certains pays nordiques qui en ont presque fait leur religion. Notre pays, n'est pas très friand de cette musique. Elle n'est pas présente sur les ondes et lors du pic de popularité du *Metal* (années 80 -90) peu de représentant étaient Français. Mais aujourd'hui, la donne à changer. Les réseaux sociaux, les plateformes de streaming et le téléchargement illégal ont su redorer le blason de ce genre trop « *underground* ». Aujourd'hui, le Metal connaît une nouvelle forme de visibilité et semble être plus accepté par les Français.

Mais acceptation, ne veut pas forcément dire visibilité, ou popularité et c'est dans ces termes que va naître tout le l'intérêt du mémoire. La visibilité du *Metal* en France depuis 2006 et l'influence du numérique. L'année 2006 est un choix réfléchi, car c'est lors de cette année précise que *Lordi* groupe de *Black Metal Symphonique* Finlandais décroche le titre du concours de l'Eurovision, avec son morceau *Hard Rock Hallelujah* et fait couler suffisamment d'encre pour donner au groupe et au genre tout entier une visibilité conséquente. C'est aussi cette année que né le premier festival de metal en France le *Hellfest*.¹

¹ <https://fr.wikipedia.org/wiki/Hellfest> site consulté le 8/05/2018

Comment ce genre mal-aimé a-t-il réussi à acquérir aujourd'hui une certaine visibilité et quel rôle a joué le numérique dans cette ascension. L'étude sera appuyée par deux outils. Une enquête qui va servir à déterminer les usagers des métalleux et une interview d'un YouTuber afin d'avoir un ressenti d'une personne représentant le numérique et le *Metal* en France.

Analyse de l'existant

Le Metal aujourd'hui

Aujourd'hui, le style est en pleine expansion. Partout dans le monde, il n'existe pas un seul pays où le genre musical ne sévit pas. De la Corée du Nord aux Etats-Unis, chacun d'eux a au moins accueilli une formation de *Metal* pour un concert. Chacun des continents a vu, avec les années des vagues de groupes créer des tendances. Sans parler des pays de l'Europe du nord qui sont à l'origine de la vague *Black Metal*, la République Tchèque accueille un des festivals de *Metal* extrême les plus connus « *l'Obscene extrem festival* » et le Botswana, est en train de devenir un pays de référence pour la nouvelle vague *Heavy Metal*.²

Si le genre est mondialisé, les études en Europe ont encore beaucoup de mal à se développer. Ce qui rend difficile l'accès à des sources scientifiques fiables. Cependant, le *Metal* est une culture populaire qui a toute sa place sur la toile. De ce fait, les articles qui seront cités, seront pour la plupart tirés de blogs spécialisés, ou de site qui sont des références dans le genre. Ayant une expérience de plus de dix années sur le sujet, on peut, avec objectivité définir si une source est fiable ou non, ce qui ne nous empêchera pas de la croiser avec d'autres sources, afin de la comparer et de varier ainsi les avis. On peut aussi définir le terme « source fiable » par le site qui véhicule l'information, par le rédacteur de l'article, sa pertinence et son contenu.

La première difficulté, est de définir le terme *Metal*. Le style prend ses racines dans les années 60. *Led Zeppelin*, *Black Sabbath* et *Deep Purple* sont les figures tutélaires de ce nouveau genre. Au fil des années, le genre a évolué et donné naissance à une centaine de sous-genres. Il est par conséquent très difficile de donner une définition universelle de ce qu'est le *Metal*. De plus, sa complexité ne dépend pas que de la multiplicité du genre, en effet les sous genres dépendent aussi de conditions sociales, géographiques,

² <https://noisey.vice.com/fr/article/yvwggg/heavy-metal-africa-book> consulté le 18 mars 2018

médiatiques ou encore culturelles³, ce qui rend la tâche à définir le style musical encore plus ardue voire impossible.

Présence du *Metal* dans le monde

Afin de proposer des résultats fiables, on propose ceux du site de référence « *Metal archives* », ces statistiques sont mises à jour tous les jours. De plus, celles que l'on propose sont un résumé et prennent en compte uniquement ce que le site a validé depuis 2002.

- 119775 groupes validés
- 32632 labels
- 640216 artistes
- 330723 albums
- 2374076 musiques

Ces chiffres ne cessent de croître, ayant vu le jour en 2002, le site enregistre une progression incroyable. A la fin de cette année, 10.000 groupes sont déjà recensés, le 13 novembre 2014 100.000 groupes. On pourrait lier cette croissance à l'évolution des nouvelles technologies et surtout à celle des réseaux sociaux.

Début de l'influence des réseaux sociaux

Myspace créée en 2003 permet aux internautes de diffuser leur composition et de la partager à tous les utilisateurs du site. *Bandcamp* (BC), permet la même chose que *Myspace*, mais en plus, les internautes peuvent choisir d'acheter les productions, de personnaliser leur interface et d'avoir un site lié à leur groupe. Cette plateforme musicale devient une référence pour les groupes qui débutent. A l'heure de la dématérialisation de la musique, l'application permet de présenter une réelle vitrine de ce que le groupe propose. L'utilisateur, peut dès lors entamer un processus de veille s'il le souhaite et s'inscrire aux newsletters du groupe, ou encore à ses actualités. Déclinable en application pour smartphone, BC permet de découvrir de nouveaux artistes tous les jours. Basés sur le principe « d'artistes similaires », on peut d'un simple clic découvrir une multitude de nouveaux groupes de tous les genres existants. Ainsi, grâce cette application, à *YouTube* et aux plateformes d'écoutes en ligne, le *Metal* a vu son nombre de groupes gonfler en

³ <http://volume.revues.org/456> consulté le 2 janvier 2018

quelques années, sa visibilité accrue et la France se voit accueillir (depuis 2006 jusqu'à aujourd'hui) l'un des plus grands festivals de *Metal* européen : Le *Hellfest*.

Le Metal en France

D'après le site leguidedesfestivals.com, 24 festivals sont recensés sur le territoire français. Wikipedia plus large, en détail 55 avec des résultats notés en « rouge », ce qui signifie qu'ils n'ont pas encore d'articles. Il est aussi nécessaire de définir ce qu'est un festival. En plus de la notion de rassemblement, doit-on prendre en compte le nombre de jours de la manifestation, ou le fait que plusieurs groupes se réunissent le même jour au même endroit ? Par exemple, le « *Paganfest* » qui est considéré comme un festival propose cinq groupes de musique éparpillés sur la journée, tandis que le « *Cernunnos Pagan festival* » propose une dizaine de groupes répartis sur 2 jours.

Si la visibilité du *Metal* en France peut être quantifiée grâce aux nombres de festivals, on peut aussi la mesurer en nombre de concerts donnés en France. Le site concerts-metal.com, propose dans ses statistiques la possibilité de savoir combien de concerts se sont déroulés en France durant une période définie que l'on choisit⁴. On a choisi de baser cette étude sur 7 années, en partant de début janvier et en finissant début janvier de l'année qui suit. En faisant ça, on se concentre sur une année civile entière.

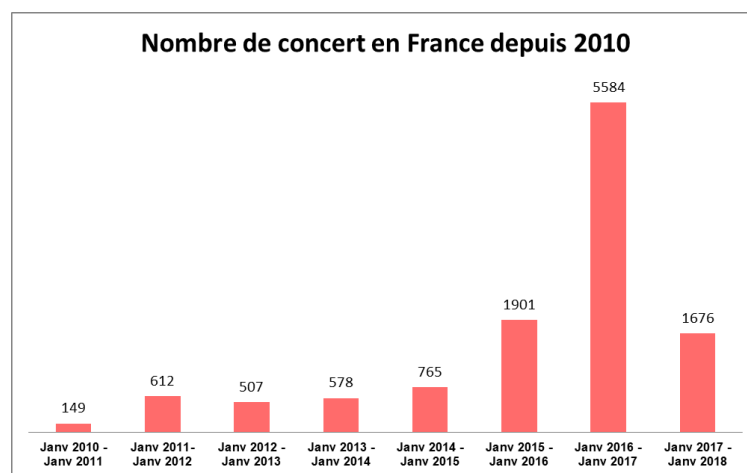


Tableau 1 : Représentation des concerts de metal en France depuis 2010

On constate une nette évolution du nombre de concerts en France jusqu'à l'année 2017. Cependant, le nombre 1679 étant 3 fois inférieur à 5584 vient ternir le tableau. Ce qui pose un problème ici, ce n'est pas le chiffre en lui-même, qu'il y'ai eu un désintéressement pour le style c'est possible, cependant, le *Hellfest* a écoulé tous ses

⁴ <https://www.concerts-metal.com/search.php?&p=fr&begda=2016-01-01&endda=2017-01-01&pn=1&po=1> – consulté le 2 janvier 2018

« pass 3 jours » en moins de 36 heures cette année, ce qui prouve bien qu'il n'y a pas de phénomène de désintéressement du genre. On aurait pu penser à une baisse des subventions de l'état, mais des aides ont été mises en place le 1^{er} janvier 2017⁵. L'état d'urgence aurait aussi pu avoir sa part de responsabilité, mais il a été mis en place fin 2015 et c'est durant l'année 2016 qu'il y a eu le plus de concerts *de Metal* en France. Plusieurs hypothèses sont alors possibles, les bénévoles qui remplissent le site des dates de concerts ne le font plus aussi assidûment que l'an dernier, ou les statistiques ne sont pas encore entièrement publiées. Nous avons envoyé un mail pour en apprendre plus.

2) YouTube et Metalliquoi

Dans le cadre de mon mémoire, étudier la plateforme de vidéos *YouTube* est pertinent. En effet, de nombreux vidéastes qui diffusent du contenu sur le *Metal*, sont présents sur ce medium. Une communauté française commence à germer sur la plateforme et une chaîne⁶ qui regroupe plusieurs vidéastes a vu le jour (*Metal The Gathering*). De plus certaines chaînes ont acquis une certaine notoriété telle que « *2guys1TV* », les vidéastes étant aussi les créateurs du webzine français « *Hors up* ». *YouTube* regorge donc de vidéastes qui ont déjà une « *fanbase*⁷ » solide et du contenu intelligible et pertinent. On s'intéressera à une chaîne relativement récente (date de création 2014), « *Metalliquoi ?* ».

Présentation de la chaîne Metalliquoi

Créé le 12 janvier 2014, le contenu de la chaîne est axé uniquement sur la musique *Metal*. Plusieurs formats sont disponibles :

- L'émission sur le *Metal*.
- Les Interviews
- Les « Made in France : Du *Metal* bien d'chez nous ! »
- Autre

⁵ <https://goo.gl/AEmtEF> consulté le 2 janvier 2018

⁶ <https://www.YouTube.com/channel/UCuKb611qMISm4xhY2tcWByw> consulté le 20 avril 2018

⁷ Terme anglais utilisé dans le jargon, afin de définir, une base de fan, comprendre un groupement de personne qui partage les mêmes affinités.

Analyse du contenu

La chaîne, comptabilise en tout ⁸ 4 522 576 vues pour un total de 76 546 abonnés et un nombre total de 41 vidéos postées sur la chaîne. Si l'on multiplie le nombre d'abonné par le nombre de vidéo, on arrive à 3 138 596 vues. Ce qui peut expliquer ce décalage c'est la présence de la communauté silencieuse. Comme la plupart des chaînes *YouTube*, « *Metalliquoi?* » est victime de la communauté silencieuse. C'est ce que les *YouTubers* qualifient comme étant les internautes qui se connectent, regardent les vidéos mais n'interagissent pas à la fin. Ils ne laissent pas de commentaires, de « pouce bleu » et ne s'abonnent pas, mais ils reviennent régulièrement, ce qui peut expliquer ce décalage.

La chaîne a donc pour but de divertir et d'instruire. La playlist principale qui contient 24 vidéos, soit plus de la moitié du contenu de la chaîne, est axée principalement sur la volonté de faire découvrir des aspects qui sont propres au *Metal*. On peut citer les « supergroupes », « le maquillage » ou encore « le chant guttural ».

Made in France : “Du Metal bien d'chez nous !”

La playlist qui va nous intéresser, est « *Made In France : Du Metal bien d'chez nous* ». Dans la description de cette rubrique, on peut voir que le but est d'apporter de la visibilité pour des groupes de *Metal* d'origine française. ⁹

« *Nouveau concept d'émission, dont le but est d'aider de jeunes groupes français à avoir plus de visibilité, en les faisant découvrir au public de Metalliquoi.* »

Ici le public de « *Metalliquoi ?* », c'est en grande partie son audience : 76.000 abonnés. Pour sa première vidéo son nombre de vues s'élève à 46.000 vues soit environ 65% de son audience. En ce qui concerne le taux d'audience pour la suite des vidéos, il se situe aux environs de 25.000 vues, avec une stabilité, soit environ 30% de son audience. Le but de ce concept n'est pas de promouvoir le *Metal* français à grande échelle, mais d'aider les « petits groupes », entendre par là ceux qui ne sont pas encore connus du grand public, qui n'ont sortis que des démos ou des EP. Par exemple, on ne trouvera pas

⁸ <https://www.YouTube.com/user/Metalliquoi/about> consulté le 13 février 2018

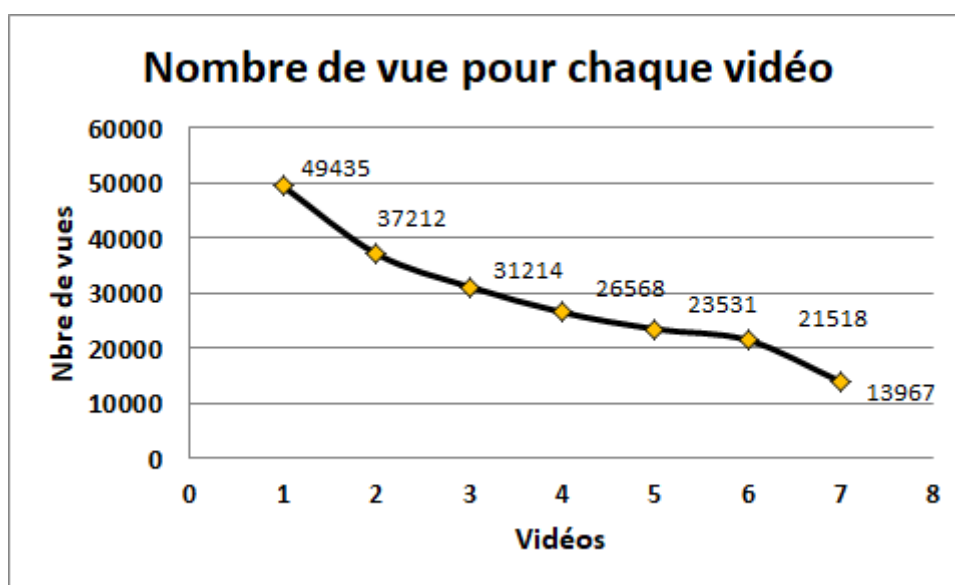
⁹ <https://goo.gl/YwC5HY> consulté le 13 février 2018

de groupe comme *Gojira* ou *Mass Hysteria* dans ses vidéos. La question du choix des groupes pour « *Made In France* », trouvera réponse lors de l'interview.

Le principe est toujours le même, étant donné qu'il s'agit d'un format particulier le vidéaste suit une certaine logique :

- Présentation de trois groupes
- Énumérer les particularités de chacun
- Présenter des morceaux de leur album

Analyse de l'audience



On remarque une diminution progressive de l'audience qui garde tout de même le cap des 10.000 vues. Ce qui reste considérable lorsque l'on porte un nouveau projet. Lorsqu'on analyse les commentaires, on se rend compte que malgré la baisse de l'audience, le nombre d'interactions restent constant, avec une moyenne de 300 commentaires.

Pour ce genre de format, il n'est pas nécessaire de rechercher le maximum d'audience. Les groupes choisis sont français, n'ont pas beaucoup de visibilité et n'ont pas forcément les moyens de se faire de la pub. Le format présenté par « *Metalliquoi ?* », va permettre de donner plus de visibilité gratuitement. Les labels français qui produisent des groupes, attendent des groupes qu'ils aient des dizaines de milliers de fans sur leur page *Facebook*, or lorsqu'un groupe débute, il part de rien. Apparaître dans une émission sur une chaîne *YouTube* qui comptabilise près de 80.000 personnes, ça peut aider pour

engranger de l'audience et de la visibilité. En contrepartie, le groupe parle de la chaîne qui l'a promu sur ses réseaux sociaux. C'est un échange de bon procédé.

Ce qu'il est important de comprendre, c'est l'aspect communauté au sens partage. Comme précisé tout au long du livre « *Hellfest un pèlerinage pour metalheads* », c'est ce terme de communauté qui est défendu et qui prend tout son sens lors de l'interview de Robert Culat lorsqu'il dit « *certaines affirment qu'en écoutant du Metal, ils ont le sentiment d'appartenir à une famille. Et la sensation de vivre dans un clan* ». Alors créer une playlist comme celle-ci à l'heure des réseaux sociaux, à l'heure du tout numérique et du tout dématérialisé, n'aurait-elle pas comme but justement de fortifier et de consolider une communauté qui grandit d'année en année. Peu importe le nombre de vues, l'essentiel ici c'est de pouvoir faire en sorte que des groupes qui produisent de la musique que l'on aime, soient mis en avant et la communauté se charge du reste.

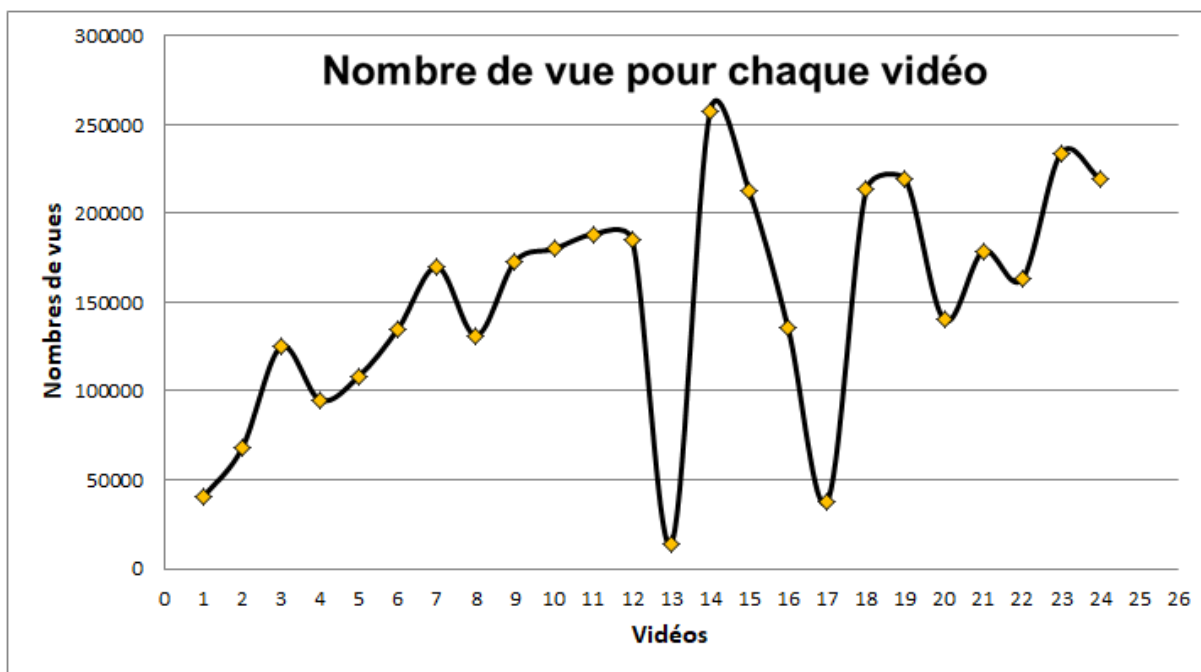
3) Metalliquoi ? L'émission

Lorsque l'on se penche dans le " A propos" de la chaîne on peut voir ceci d'écrit :

« Metalliquoi ? est une émission explicative/humoristique sur le Metal. Les vidéos sont faites pour apprendre ce qu'est vraiment le Metal à ceux qui ne le connaissent pas/peu, et pour divertir les métalleux en leur apprenant 2 ou 3 choses qu'ils ne savaient pas :) »

Le but est donc d'initier ici le néophyte et d'apporter un complément au spécialiste. Chaque émission présente un aspect propre à la musique *Metal*.

Ci-dessous un graphique qui reprend le nombre de vue en fonction des vidéos.



On remarque deux grosses baisses dues à un épisode téléchargé à nouveau (un épisode mis à nouveau en ligne à la suite de modifications) et un second épisode qui est un bêtisier. En ce qui concerne les autres vidéos, on reste au-dessus des 150.000 vues, ce qui est à peu près égale au double de personne abonnés à la chaîne. Ici encore on peut voir que la majorité silencieuse va jouer un rôle conséquent. En effet, l'audience étant de 76000 abonnés et les vues de 150.000 en moyenne, voire plus parfois, la majorité silencieuse joue un rôle d'une très grande importance. Pour rappel, la majorité silencieuse ne réagit pas aux vidéos, ne s'abonne pas et n'interagit pas sur la vidéo. Elle fait gagner un nombre de vues considérables et permet une meilleure visibilité à la chaîne.

Avant de commencer l'analyse, il est important de relativiser les courbes. En effet, lors du lancement d'une nouvelle rubrique il est tout à fait normal que le public soit plus nombreux. Au fur et à mesure du visionnage l'audience tant à se stabiliser et le concept peut tout à fait perdre en audience, jusqu'à atteindre son point de stabilisation.

On remarque que l'émission principale, a une audience beaucoup plus élevée, comparée à l'émission « *Made In France* », dont le format est très particulier. L'émission-ci semble s'être imposée beaucoup plus facilement dans le contenu proposé et rassemble tous les mois son lot de passionnés. En lisant les commentaires, on peut voir d'écrire que : les

sujets sont variés, bien traités, originaux et apportent leur lot de nouveautés. Ce sont sur ces vidéos que l'on va trouver le maximum d'interaction de la part de la communauté.

Interview *Metalliquoi ?* (Interview disponible Annexe 3)

Choix du sujet

Pour la seconde enquête de terrain, nous avons choisi d'interviewer le *YouTubeur* « *Metalliquoi ?* ». Si on a l'a choisi lui et non pas un autre, c'est parce que sa chaîne s'adresse à un public qui s'y connaît très peu en matière de *Metal* voire pas du tout. Durant notre interview, nous allons aborder sa playlist « *Made In France* », où il s'agit de promouvoir des groupes de metal français qui ont très peu de visibilité. Nous avons pu discuter de l'état du *Metal* sur *YouTube* et de son ressenti envers cette musique, depuis que les réseaux sociaux ont une présence quasi permanente dans nos vies. Nous avons aussi abordé la question de sa légitimité, de sa mission ainsi que de sa réussite.

Sa chaîne est ouverte depuis 2012, il a acquis pas mal de recul quant à son travail sur *YouTube*, ainsi l'échange a pu être très constructif et nous avons pu aborder des questions comme sa perte d'audience dans certaines de ses émissions ou encore, des questions en rapport avec sa communauté. Il a aussi pu nous donner des avis sur d'autres chaînes de *Metal*, soit parce qu'il participe à des projets communs, soit parce qu'il a déjà eu l'occasion d'avoir des discussions avec les créateurs de ses chaînes.

Objectif de l'étude

Cette interview s'inscrit dans le mémoire. Elle est un complément au questionnaire ainsi qu'un écho à la question « *Quels YouTubeurs regardez-vous ?* », une fois cette question répondue et analysée on se rend compte que « *Metalliquoi ?* » fait partie des *YouTubeurs* les plus regardés. En effet, sur 409 personnes qui disent regarder des vidéastes, 184 le citent. Ce qui fait 45% des réponses, ce qui n'est pas négligeable et qui prouve qu'il a de l'importance dans le monde de la vulgarisation de la musique *Metal*.

Grâce aux réponses récoltées, nous allons pouvoir faire un premier constat sur un nouveau mode de diffusion, qui est assuré par le biais de l'un des médias le plus utilisé dans le monde et en France¹⁰ : *YouTube*. Il ne s'agit que d'un seul point de vue, mais il

¹⁰ <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/> consulté le 18 mars 2018

est nécessaire pour avoir une première appréhension de ce qui se fait en matière de diffusion du *Metal* en France.

L'étude n'a pas pour but de stigmatiser, ou de montrer du doigt les autres chaînes. Elle va mettre en exergue, les différentes manières qu'a ce *YouTuber* de parler du *Metal* à des gens qui n'y connaissent pas grand-chose : les moyens mis en œuvre, les chaînes, ou les concepts. Il ne s'agit non plus pas de détailler les heures de travaux, ou de faire un emploi du temps, mais bien de mettre en valeur les actions qui sont mises en place, afin de partager son savoir : la synergie entre les différents réseaux sociaux (*Instagram*, *Twitter*, *YouTube*, *Facebook*), son rapport avec sa communauté et ce qu'il en tire, non pas d'un point de vue personnel, mais ce qu'il apporte au monde du *Metal* en France.

Par exemple, on a eu la chance de parler avec lui durant 4h, dont 1h45 d'interview, le reste étant considéré comme du *off*, on ne peut pas le divulguer, ce que l'on peut dire cependant c'est qu'il met en place une réelle stratégie de communication lors de la mise en place de vidéos. Il participe à des chaînes communautaires ou organise encore des rencontres. Toute ces actions permettent une diffusion bien concrète de ce qu'il veut faire passer comme idée. Elles permettent de se faire une idée autre que celle véhiculée par les médias plus classiques (télévision et journaux papiers). Il existe un réel investissement de la part de ce *YouTuber* hors des vidéos.

Ce que l'on veut savoir (les grandes questions, l'hypothèse qu'il faut vérifier)

Comme précisé plus haut, cette chaîne s'adresse notamment à des personnes n'y connaissant rien, ou très peu dans ce genre musical. Il s'agit ici de vérifier si la mission de partage, et de transmission est accomplie. Pour cela, il aura suffi de demander s'il a déjà eu des retours de personnes qui ont appréciées son travail, ou encore si elles se sont mises à écouter cette musique grâce à ses vidéos.

On va aussi tenter de montrer l'impact que peut avoir le média *YouTube* sur la diffusion d'une musique si peu populaire en France. Populaire dans le sens où elle ne passe pas sur les radios du service public aux heures de grandes écoutes, qu'on en fait très peu de PUB et que seuls des médias alternatifs comme Canal +, -à l'époque- ont osé parler en bien du *Hellfest*. Comment un média comme *YouTube* peut avoir une importance sur la diffusion de la culture *Metal* en France ? Car même s'il s'agit de sous-culture, dans le sens anglo-saxon du terme « *subculture* » comprendre ici la culture pas populaire, le

Metal en France tend à se développer par le biais de nombreux médias et *YouTube* semble tenir le flambeau avec *Facebook*.

Pour cette partie on a choisi de synthétiser les réponses fournies par le *Youtuber* « *Metalliquoi?* ». L'entretien durant 1h45, dans un souci de synthèse, il n'aurait pas été judicieux de tout retranscrire. De plus, comme il le sera précisé plus tard dans le mémoire, l'entretien s'étant déroulé après plusieurs minutes en *off* avec l'interviewé, certaines réponses aux questions ne peuvent être divulguées *de facto*, mais l'essentiel de la réponse sera retranscrit dans son apparat le plus proche, afin de satisfaire au mieux à l'original sans perdre le fond de la réponse.

L'aspect numérique

Le numérique a une importance de plus en plus élevée pour ce genre de vidéaste. En plus d'être son instrument de travail, ça en devient aussi son instrument de communication et d'information. *YouTube* devient un instrument d'analyse et il peut estimer la nature d'une communauté, ainsi il pourra établir une stratégie pour la diffusion de ses vidéos. Mais tout cet aspect-ci, n'est que secondaire. Pour lui, l'essentiel avant tout est de pouvoir diffuser ses connaissances. Le numérique devient du coup un outil pour y arriver et non une fin.

« C'est une passion et un partage de cette passion, ce n'est pas pour faire de l'argent, ou pour arrondir les fins de mois c'est pour partager cette passion. »

Mais le numérique peut soulever d'autres questions, une fois l'aspect financier écarté. « *Metalliquoi ?* » possède une seconde chaîne où il reprend essentiellement des morceaux à la batterie. Il a déjà été contacté plusieurs fois afin de d'enregistrer son instrument pour d'autres morceaux. On lui donne les pistes déjà composées et lui, joue par-dessus, une fois le morceau terminé, il envoie sa partie et le tout est monté et mixé par une tierce personne. On peut se poser la question, si à ce moment-là, une fois tous les instruments mis bout à bout, si « *Metalliquoi ?* » ne ferait pas partie d'un groupe, éphémère, mais un groupe le temps de la création du morceau.

« Depuis toujours, avant l'arrivée du numérique c'est quelque chose qui n'aurait pas pu exister. Tu mets plusieurs personnes dans une salle et elles jouent ensemble. Alors qu'aujourd'hui, ce sont des performances mises bout à bout simultanément. C'est une évolution du studio qui est assez logique au vu des performances numériques aujourd'hui. Mais est-ce que pour autant on devrait le faire ? »

Le numérique, en plus de poser de nouvelles questions, permet aussi la création de nouveau concept. En France, aujourd'hui des groupes qui pratiquent la composition sans se voir, on n'en connaît pas, cependant il est fort à parier que si l'on propose ce genre d'alternatives à « *Metalliquoi ?* » la pratique ne serait plus si inconnue que ça. *Slice The Cake* est un excellent exemple, car deux de leurs albums sont physiques et le reste de leur discographie est numérique.

La communauté

En France, la communauté du *Metal* est relativement active. Lorsqu'on fait partie de cette communauté on se rend vite compte, qu'il est facile d'être hébergé si on habite trop loin d'un concert, que le *Hellfest* dans les reportages est souvent mis en avant grâce à une communauté chaleureuse des fans jamais impolis et surtout, très loin de tous les clichés que l'on peut véhiculer sur cette musique. Sur Internet, le discours n'est pas le même. « *Metalliquoi ?* », produit du contenu destiné à un public qui ne connaît pas cette musique. Mais forcément, lors de la publication et de la rédaction de la description, tout un travail de référencement s'effectue et les gens qui écoutent du *Metal* seront forcément intéressés par le contenu. En somme, deux communautés sont présentes sur sa chaîne. Mais le but n'est pas de « convertir » mais bien d'expliquer ce qu'est le *Metal*, de quoi il est constitué et quels sont les différents aspects de cette musique.

« Mon épisode sur le chant guttural, c'est surtout pour montrer aux gens ce que c'est, qu'ils comprennent et pourquoi il est fait et comment il est fait. Le maître mot de ma chaîne c'est le partage. »

Le *Metal*, on le verra plus tard, est composé d'un ensemble de personne très attaché à des valeurs qu'ils partagent et qu'ils mettent en commun afin de solidifier cette communauté. Alors, quand un *YouTubeur* propose de partager des connaissances, principalement à des personnes qui ne connaissent pas cette musique, ces gens-là ont pour premier contact avec cette musique qui leur ai inconnue, la valeur du partage. Etant donné que c'est une valeur qui est défendue par toute la communauté, on peut penser que grâce à ses vidéos, elle va s'agrandir et continuer à être diffusée.

« [...] [il cite un exemple concret d'un abonné qui est venue exprès de Toulon voir un concert d'un groupe, Alestorm et l'a croisé pour lui dire que c'est grâce à lui qu'il est là aujourd'hui, grâce à ses vidéos]. Au-delà d'avoir des centaines de milliers d'abonnés et où de générer des revenus avec ma chaîne, ce genre de rencontre c'est le plus gratifiant aujourd'hui. »

YouTube, La France, Le Metal

Metalliquoi? à n'en pas douter devient un acteur influent de la diffusion de cette musique en France. Avec ses plus de 150.000 Abonnés et ses plus 1.5millions de vues en tout, sa mission « pédagogique » de diffusion de cette musique, commence à prendre de plus en plus d'importance. Il a même consacré toute une playlist aux groupes venant exclusivement de France la playlist se nomme : « *Made In France* ». Il va choisir des groupes sur ces deux seuls critères musicaux : Ils sont obligés de faire du *Metal*, doivent avoir sorti un album et au moins un clip.

Ces critères servent à choisir des groupes qui ont déjà de l'expérience, qui sont solides dans leur formation, mais qui ont une très faible visibilité. Au regard du nombres de « vues », ce ne sont pas les vidéos les plus regardées, puisqu'elles s'adressent à un genre de public bien différents de son émission principale. L'audience visée doit déjà s'y connaître un minimum, car certaines références sont obligatoires. Le public doit être curieux de connaître des groupes français. Par rapport aux 100.000 vues de moyenne sur l'émission « *Metalliquoi?* », certaines vidéos peinent à décoller et les commentaires diminuent de plus en plus. Cependant, avec une étude visuelle des commentaires, on se rend compte que ce sont les mêmes. Ils proviennent le plus souvent des mêmes « *viewers* ». Cependant, même si la playlist totalise seulement 10% du total du nombre de vues traditionnelles, il s'agit tout de même de plus de milliers de personnes qui s'intéressent à ses vidéos-ci. De plus, en *off*, nous avons discuté de cette baisse de « vues » et un nouveau concept est en train de se mettre en route afin de faire évoluer le format actuel. D'autres vidéos comme les interviews, attirent un tout autre public qui plus est n'est pas forcément français.

Ici la chaîne « *Metalliquoi ?* », montre que la communauté est un aspect clé dans cette musique. Plus il y a de personnes qui partagent, plus les gens seront susceptibles d'écouter cette musique, de plus, l'aspect pédagogique renforce cette appartenance à une communauté et propose aux non-initiés de s'y essayer mais en les guidant. Cependant, le *Metal* reste une musique extrême qui a aussi son public et ses détracteurs.

« Parfois les Réseaux Sociaux font ressortir le pire de la société. C'est facilité par l'anonymat, globalement tu peux avoir un pseudo et sous couvert de cet anonymat, ils se lâchent et disent des trucs qu'ils ne diraient pas en vrai. Il n'y a pas une seule personne qui est venue en face me dire qu'elle n'aimait pas mes vidéos, alors que les haters et les trolls sont bien présents sur ma chaîne ».

Cette interview, aura permis de mettre en avant l'exercice que « *Metalliquoi ?* » entreprend depuis plusieurs années afin de partager cette musique. Le numérique, semble être un moyen, non une fin et la passion une composante plus qu'indispensable au dire de l'interview (voir Annexe). Cette chaîne, est son outil principal dans la diffusion de ses connaissances sur le sujet. Loin d'être un expert (il le dit lui-même), tous ses sujets intéressent le public qu'il tente de viser. Un certain nombre de « convertis », dont il a eu les témoignages, confirment nos dires.

A la question : Est-ce que le *Metal* a gagné en visibilité, en France depuis 2006 grâce au numérique ? On pourrait penser que la réponse est : oui. Cependant, tout se passe sur les réseaux sociaux, la communauté grandit sur Internet et les vulgarisateurs semblent s'être installés sur *YouTube*. D'un point de vue national, aucun changement n'est à signaler, le *Hellfest* est toujours l'un des festivals les plus marquant et c'est la seule chose dont on parle aujourd'hui dans les médias traditionnels. Mais, est-ce que ce sont encore eux qui dirigent les tendances, ou informent les gens ? Les acteurs du *Metal*, semblent s'être contentés de leur visibilité sur le *web* et ont trouvés le public qu'il leur faut. Toutes les composantes pour porter le *Metal* dans la culture populaire semblent être réunies : Des groupes français à présent à l'internationale, des vulgarisateurs, des détracteurs et une communauté bien présente. Ici, il ne s'agit plus de définir si le *Metal* est présent en France au niveau du pays, mais si cette musique touche un public français sur Internet.

4) Enquête (questionnaire et analyse disponibles Annexe 1 et 2)

Dans le cadre du mémoire, nous effectuons une enquête en lien avec la matière PCUU (prise en compte des usages et des usagers). Cette enquête réalisée pour ma part sous forme de questionnaire, vise à connaître les usages des *métalleux*, comment est-ce qu'ils s'informent, écoutent et/ou découvrent de nouveaux groupes de *Metal*.

Les questions ont été rédigées dans le but de confronter les moyens d'écoute et/ou de découverte du *metal*, classiques aux moyens plus modernes. Voir si depuis l'arrivée des nouvelles technologies, les *métalleux* se sentent concernés et si oui à quel point. En somme, ont-ils vraiment changés radicalement leur façon d'appréhender cette musique, ou pour eux l'avènement du numérique, n'est que la suite logique à l'évolution de la musique et plus particulièrement de cette musique. Leurs usages face aux numériques ont-ils changés, ce sont-ils adaptés ou alors le numérique les ont-ils dépassés ?

Méthodologie

Nous avons choisi de lancer notre enquête sur le site *Webquest*¹¹. N'ayant jamais eu l'occasion de nous servir de logiciel d'enquête, mais ne voulant pas forcément travailler avec Google pour des choix personnels, nous avons eu vent de ce logiciel en regardant des forums d'enquêtes sociologiques. Dans un premier temps, nous avons fait appel à des sites spécialisés dans la chronique de metal comme NIME,¹² mais le gérant du site n'a jamais répondu à notre mail. On s'est donc dirigé vers le réseau social *Facebook*. L'enquête a été lancée le 13 février et a été arrêté le 5 mars. Si l'enquête a duré moins d'un mois, c'est parce qu'on a réussi à récolter près de 950 résultats très rapidement.

Dans un premier temps, le questionnaire a été diffusé autour de nous. Ayant pas mal de relation qui écoutent du *Metal*, on a pu récolter une dizaine de résultats fiables. Dans un second temps, sur *Facebook*, on l'a proposé sur un groupe de fan du groupe de musique : *Tool*. Ensuite, nous l'avons partagé sur deux groupes, dans lesquels on s'est inscrit. Durant deux semaines nous approchions péniblement les 150 résultats. N'étant pas mécontent des résultats on a tenté de contacter Radio Metal France¹³, une page qui depuis 2007 s'occupe de diffuser, via plusieurs émissions hebdomadaires, la musique *Metal* sur le web. Suite à cette demande, nous avons récolté plus de 800 réponses en moins d'une semaine, nous avons décidé de désactiver le questionnaire fin mars, afin de pouvoir commencer à exploiter les résultats très tôt. L'hétérogénéité des réponses étant satisfaisantes et le nombre de répondants diminuant considérablement, on n'a pas voulu prendre le risque d'arrêter trop tard le questionnaire et de se sentir dépasser par l'exploitation des résultats.

Dans ce questionnaire, on n'a pas demandé aux interviewés de déclarer s'ils appartenaient à une sexualité particulière. Cela n'a aucun intérêt dans la problématique et demande un autre type d'investigation, et tout un autre type d'approche. On a préféré s'intéresser à l'aspect numérique du problème et non pas à la communauté qui écoute cette musique. De plus, étant donné qu'aujourd'hui, il n'existe pas seulement les genres féminins et masculins, on ne voulait pas s'aventurer avec une telle prise de risque.

¹¹ <https://webquest.fr/?mb=login> consulté en février 2018

¹² <http://metal.nightfall.fr/index.php> consulté en février 2018

¹³ https://www.Facebook.com/radiometalofficial/?ref=br_rs (page du groupe *Facebook*, Radio Metal)

La fréquence d'écoute

Cette question, allait déterminer si les personnes qui allaient participer aux questionnaires se sentaient plus ou moins concernées. On est parti du postulat que plus les gens écoutent de *Metal*, plus ils vont se sentir concerner. On a eu que neuf réponses qui indiquent écouter du *Metal* moins de deux fois par mois et pourtant sur la dernière question, (la question ouverte), certains des neufs ont laissés des commentaires très intéressant :

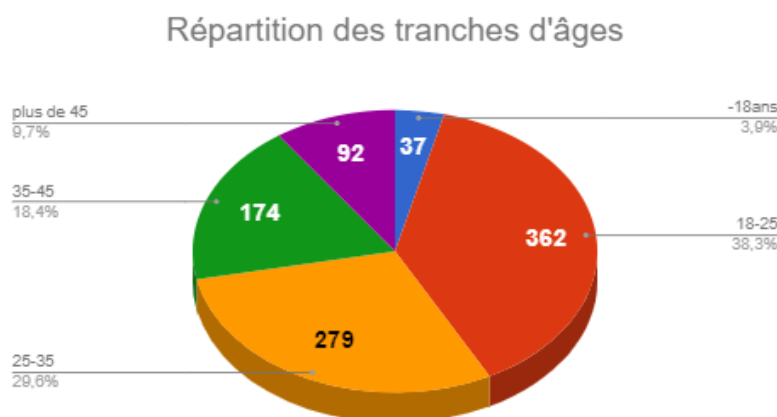
« Je pense que oui. Admettons, si nous n'avions pas évolué numériquement, on aurait trouvé d'autres moyens pour faire parler du metal en France. Je pense par exemple du temps de nos parents : Nina Hagen, The Beatles, Sex Pistols, certes ne sont pas issus du metal, mais ont réussi à faire parler d'eux dans le monde entier avec les moyens de l'époque: télévision, radio, presse. De toute manière quand quelque chose plait ça perdure dans le temps. Regarde Mozart ou Beethoven, ils ont traversé les siècles. Donc d'une manière ou d'une autre le metal aurait trouvé sa place sans l'aide du numérique. ;) »

« Pour les personnes qui, comme moi, n'aiment pas que le métal, effectivement cela me permet de connaître des groupes ou label. Sinon la lecture de magazines spécialisés avec cd permet la découverte également. »

À la suite de cette première constatation, on a remis en doute notre jugement et regardé d'un peu plus près les réponses ouvertes. Il s'avère qu'on a eu beaucoup de réponses argumentées intéressantes, n'allant pas forcément dans le même sens. Cela prouve que l'investissement mis dans le questionnaire et le sérieux déployé nous permet de mener une étude sérieuse et solide. De plus, on n'a comptabilisé aucun *troll*¹⁴. Personne n'est venu entacher le questionnaire avec des réponses sans aucun sens et si certains en ont profités pour nous faire des remarques sur certains usages, de certains mots, aucun des 944 répondants n'a « *trollé* » le questionnaire.

¹⁴ <https://goo.gl/TsWejd> Consulté le 14 avril 2018

Les différentes tranches d'âges



On peut voir que deux tranches d'âges se distinguent clairement, celles qui englobent les 18 - 35 ans. En effet, elles représentent 68% du total des répondants. Cela peut s'expliquer par le fait que cette tranche d'âge a grandi ou est née avec Internet. De plus, le genre s'est popularisé dans les années 80 et n'a pas cessé de se propager à travers le monde depuis. Les années 80, sont aussi les années où le *Metal* a donné naissance aux trois genres principaux, les plus fournis en termes d'albums et de groupes de renommés à savoir : Le *Black Metal*¹⁵, le *Death Metal*¹⁶ et le *Thrash Metal*¹⁷.

Le manque de -18 ans ou de +45 ans, peut venir du mode de diffusion. On a diffusé le questionnaire sur deux groupes, dont un très restreint, dont la tranche d'âge identifiée fut clairement 25-35 ans. En ce qui concerne le peu de -18ans, il est très difficile de les toucher. En général les sondés de cette tranche d'âge, n'étant pas majeur, ne peuvent remplir de questionnaire sans l'avis de leur parent ou d'un adulte responsable. De plus, ce n'est pas la tranche d'âge qui est la plus présente sur *Facebook*. Cette tranche d'âge est beaucoup plus présente sur les réseaux comme *Snapchat* ou *Twitter*, deux réseaux sociaux qui nous sont pas du tout familier.

Cependant même si deux tranches d'âge se détachent nettement, on ne se concentrera pas uniquement sur elles. A chacune des études statistiques si la tranche d'âge n'est pas précisée nous prendrons en compte l'ensemble des réponses.

¹⁵ https://www.spirit-of-metal.com/fr/style/Black_Metal consulté le 23 avril 2018

¹⁶ https://www.spirit-of-metal.com/fr/style/Death_Metal consulté le 23 avril 2018

¹⁷ https://www.spirit-of-metal.com/fr/style/Thrash_Metal consulté le 23 avril 2018

Comment les gens s'informent sur leurs groupes

Concernant le média le plus utilisé pour se renseigner sur l'actualité des groupes, 812 réponses utilisent les réseaux sociaux. Sur les 1494 réponses (questions à choix multiples sur les réseaux sociaux), 60% des répondants utilisent *Facebook*, 16% *Instagram* et 11% *Twitter*. Ce n'est pas choquant de voir ça, *Facebook* est la principale plateforme de communication aujourd'hui, le réseaux social n° 1, il est normal que les groupes de *Metal* se soient aussi emparés de cette plateforme. Pour *Instagram* et *Twitter*, le constat est le même, ils font partis des réseaux sociaux les plus utilisés et les plus influents en termes de communications. Les groupes, les labels, ou encore les membres des groupes, n'hésitent pas à s'en servir. Le contenu qu'ils publient peut varier du tout au tout. Pour les labels comme « *Relapse records* », le plus souvent ce seront des publications en rapport avec les concerts que leurs groupes donnent et les sorties de nouveaux albums. Pour le groupe *Behemoth*, ça peut varier de prises de photo de la vie du groupe, à la promotion pour un nouvel album. *Instagram* est devenue le troisième outil de communication après *Facebook* et *Twitter*, avec le système de story, il est devenu un outil très efficace pour la promotion des groupes.

D'autres moyens de s'informer sont mis à disposition pour les internautes et force est de constater qu'ils ne sont pas en reste. Les webzines, enregistrent des chiffres de visites très élevés¹⁸. La presse papier spécialisée en France, a réussi à surmonter la crise d'Internet et présente encore de beaux jours devant elles. De plus, elle a su se diversifier notamment grâce à « *Metallian* », qui, à l'aide de son partenariat avec la maison de disque « *Adipocere* », est devenue une référence dans la presse *Metal* non généraliste. Le magazine présente des groupes plus « *underground* », moins populaire que des groupes comme « *AC/DC* » ou encore « *Iron Maiden* ».

¹⁸ <http://www.nightfall.fr/> (on peut voir écrit en bas : 23.700 chroniques en ligne | 61.525.974 visiteurs dont 11.939 hier) site consulté le 23 avril 2018

**Extrait d'un entretien avec Yves Champion directeur de la publication chez
Metallian, 2007 :**

“On aurait pu faire des coups de poker. Mais non, on s'identifie plutôt à des magazines comme Terrorizer en Angleterre ou Close Up en Suède - même si eux sont plus généralistes - ou Legacy en Allemagne. On a quand même un côté underground tout en étant sur un gros marché, en kiosque, au même titre que les autres magazines concurrents qui sont plus généralistes, qui peuvent te faire un AC DC en couv'. Nous, je crois que le jour où on fera Marilyn Manson en couv', on sera traité de vendus (rires), ça ne marchera pas. Mais bon, on n'est pas du genre à faire des coups de poker, ou commerciaux”¹⁹

Tout au long de l'interview Yves Champion, fait référence à l'arrivée des réseaux sociaux et au fait que certains magazines en pâtissent. Mais « *Metallian* » a réussi à garder sa place parmi la presse et malgré des coups durs, comme des désabonnements, ils ont toujours réussi à maintenir le cap sans forcément adapter de façon putassière leur ligne éditoriale. Bien au contraire, ils ont su garder la même ligne directrice et sont aujourd'hui considérés comme des références dans le monde de la presse *Metal* alternative, comprendre ici, extrême.

Si l'actualité aujourd'hui est beaucoup plus lue sur les réseaux sociaux, les magazines qui ont débutés ont su bien rebondir, notamment en proposant beaucoup d'accès libre sur leur site, en acceptant des partenariats audacieux, ou encore, en ayant un passé les ayant propulsés en tant que référence dans le genre (magazine *Rock Hard*).

Plateforme d'écoute

Cette question a permis de déterminer le mode d'écoute de chacun. Etant une question à choix multiples, le nombre de réponses est supérieur aux nombres de participants. Deux réponses ressortent nettement, le mode d'écoute sur appareil physique et le mode d'écoute gratuit sur les plateformes, telles que *YouTube* ou encore *Dailymotion*, suivi des plateformes musicales payantes (*Napster*, *Deezer* etc.). Les deux derniers sont tout ce qui concerne le téléchargement illégal ou le téléchargement légal, c'est à dire acheter l'album numériquement. Cette méthode a l'avantage de ne pas coûter cher, mais le désavantage de ne pas pouvoir posséder l'album chez soi.

¹⁹ <https://bit.ly/2HrqNk0> (Entretien avec Yves Champion directeur de la publication chez *Metallian*, 2007) consulté le 15 avril 2018

L'affirmation populaire, comme quoi le métalleux est un collectionneur²⁰, se vérifie un petit peu avec ce questionnaire. Moi-même étant un fan, j'ai discuté avec plusieurs personnes qui m'affirment qu'en temps normal, elles écoutent l'album sur internet (peu importe le moyen), puis elles l'achètent. En revanche, certaines personnes précisent qu'elles préfèrent écouter sur des plateformes payantes, afin de donner de l'argent aux groupes. Plus tard, si l'album leur plaît elles paieront le prix qu'il faut pour l'obtenir.

« [...] Dans mon cas à l'adolescence avec le téléchargement illégal j'ai pu découvrir et élargir mon spectre musical. Maintenant je vais aux concerts / j'achète t-shirt, cd... »

« [...] pour se procurer ou acheter des supports physiques et se tenir au courant des nouveau genre et groupes. Le numérique a ouvert le champ des possibles a la découverte de ces genre et groupe même (sic) pour les non métalleux (sic) ! »

Si l'on regarde les réponses qui combinent le support physique et le support numérique, les répondants sont au nombre de 608, soit 64% du total. Les métalleux semblent être attachés au support physique et continuent à écouter des albums, en plus des alternatives numériques proposées. Cela peut venir du fait que très peu de plateformes musicales, payantes, gratuites, proposent une qualité de son aussi bonne que celle proposée par les albums ou les vinyles.

« [...] outre le fait que le métal n'a quasi aucune visibilité en France, le fan de metal est un collectionneur, qui aime avoir un support physique pour les albums (CD ou vinyles) »

L'application Bandcamp

L'application bandcamp, aujourd'hui semble être incontournable pour tous les groupes de musiques qui veulent commencer leur carrière. Les groupes qui y sont recensés, peuvent choisir de publier en intégralité un album et de le laisser en écoute gratuite, mais pas en téléchargement, pour ça il faudra payer une petite somme, en général moins de dix euros. Les groupes peuvent aussi choisir de laisser les personnes, décider du prix de l'achat de l'album, c'est comme ça notamment que *Radiohead* a vendu un de ses disc²¹.

Afin de considérer cette question, il était nécessaire que la plupart des sondés, connaissent cette application. D'après les résultats, 65% des 944 réponses connaissent Bandcamp. A la question : « pour quelles raisons l'utilisez-vous », on n'a pas pris en

²⁰ Charbonnier, Correntin - Hellfest un pèlerinage pour metalheads. p39.

²¹ <https://goo.gl/BY8vU4> consulté le 7 avril 2018

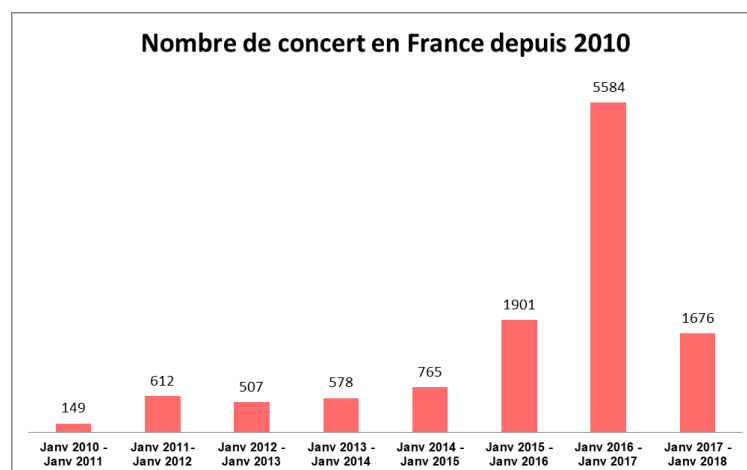
compte que certaines personnes, pouvez connaître l'application mais ne pas s'en servir forcément. Cependant, sur un total de 944 réponses on a comptabilisé 194 réponses qui l'utilisent pour découvrir de nouveaux artistes et pour acheter des albums. Toutes les tranches d'âges sont concernées.

Ces derniers résultats, prouvent qu'un profond changement dans la manière de consommer et d'acheter a été opéré depuis l'arrivée de cette application sur le marché. Il ne s'agit plus d'aller chez son disquaire pour acheter son album, mais de l'écouter puis de le consommer, à la suite, pendant, ou juste après son écoute.

Seulement 44 des répondants disent avoir leur groupe sur la plateforme. Ce qui ne suffit pas à aller plus loin dans l'analyse et tester la fiabilité de leur choix à mettre leur groupe sur la plateforme. En revanche, ce que l'on peut affirmer, c'est que s'ils ont fait ce choix, c'est pour contourner le chemin normal qui mène à la vente d'album, à savoir : trouver une boîte de production, un manager et des distributeurs. Ils s'auto produisent et certains groupes, ont réussi à percer grâce à ce mode de fonctionnement. On peut penser notamment à *Pallbearer*.

Les festivals de *Metal* en France : comment vous renseignez-vous ?

Pour rappel



Le nombre de concerts en France ne cesse d'augmenter. Malgré un nette baisse entre Janv 2017 et Janv 2018, les festivals de *Metal* en France ne manquent pas et attirent toujours plus de public.

Pour cette question il était de question de s'intéresser aux modes d'informations qu'utilisent les métalleux afin de se tenir au courant des festivals qui ont lieux en France et/ ou partout dans le monde. Ici, il n'était pas obligé de se cantonner à la France parce

que la plupart des festivals sont communiqués par tous les médias : presse spécialisée, numériques, affichages sur les murs. Le fait de s'intéresser à cette question va pouvoir renforcer ou non, l'hypothèse que le *Metal* aujourd'hui se consomme en numérique sur tous les plans, jusqu'à la manifestation de festivals.

Sur les 944 réponses, seulement 6 répondants s'informent des festivals uniquement par la presse spécialisée et/ou par les flyers ou tout autre affichage. Cependant, lorsque qu'on combine le numérique et le traditionnel, ce sont 413 des répondants qui apparaissent soit 43% des résultats, les autres 57% des résultats se renseignent que par le tout numérique à savoir, les webzines et les réseaux sociaux (*Twitter*, *Instagram* et *Facebook*).

Ces résultats montrent que la plupart des réseaux sociaux, semblent être un complément d'information pas seulement une alternative.

« D'une façon générale, le numérique (avènement du home-studio, et plateformes de partage sur Internet) a permis une expansion de la population des groupes ; on a jamais fait autant de musique, au-delà de la sphère metal. Le metal est un de ces styles dont on ne peut pas devenir féru par hasard, c'est un genre qu'il faut aller chercher de soi-même (au même titre qu'un paquet d'autres évidemment), et Internet facilite grandement ça. Non seulement on a plus de choix que jamais dans les groupes, mais en plus on a des moyens plus sophistiqués que jamais pour découvrir ou approfondir le genre. »

Ici, il s'agit de sophistiquer son approche de l'information sur les festivals. Certains festivals de petite renommée n'ont pas le même budget consacré à l'affichage de masse partout en France. Cependant, des alternatives comme le site sueurdemetal.com, permet de retrouver partout en France et dans les pays frontaliers, tous les festivals que les festivaliers ont soumis au site pour une indexation. Un moyen qui permet de toucher plus de monde. De plus, les réseaux sociaux comme *Facebook* ou *Twitter* permettent de créer des hashtags ou des groupes, afin de rassembler un maximum de personnes autour de l'évènement et de le partager au plus grand nombre. C'est ainsi que des festivals comme le *Sonisphère*, ont pu se déployer un temps en Moselle avant de se voir arrêté en 2014.²² Étant un natif de la région de Moselle, les affiches étaient légions surtout dans les villes proches d'Amnéville (lieu où s'est produit le festival). Ce qui n'empêchait pas que sur Internet et les réseaux sociaux, les annonces avaient toutes leur place, plusieurs groupes

²² <https://www.republicain-lorrain.fr/actualite/2013/12/10/amneville-pas-de-sonisphere-en-2014> consulté le 14 avril 2018

avaient été créés ayant pour nom : « covoiturage *Sonisphère* ²³ »

5) La question ouverte

Rappel de l'intitulé de la question :

Pensez-vous que sans le numérique, le metal aurait la même visibilité aujourd'hui en France ?

Cette question ouverte, nous a permis de mettre en avant notre problématique et de recueillir les avis d'autres personnes, qui n'ont pas forcément les connaissances qu'on a déployé durant le mémoire, ce qui permet d'avoir du recul et d'analyser d'une manière différente la question. Elle a été très bien accueillie et aucun des interviewés ne l'a court-circuité en mettant des réponses qui n'ont aucun rapport. Tous ont soit répondu « oui » ou « non », soit ils ont argumenté. C'est sur les réponses argumentées que l'on va se pencher, car même s'il y a une majorité de personne qui pensent que sans le numérique la *Metal* n'aurait pas la même visibilité en France, ceux qui pensent le contraire ont de très bons arguments et méritent qu'on se penche dessus.

On a regroupé en trois catégories les différentes réponses et chaque argument est illustré d'un commentaire proposé par l'un des sondés. Donc, dans un premier temps, on va s'intéresser à ceux qui pensent que sans le numérique le *Metal* aurait eu la même visibilité.

- 1) Ceux qui pensent que le numérique n'est qu'une passerelle et que sans ça le *Metal*, aurait juste mis plus de temps à obtenir la visibilité qu'il connaît aujourd'hui.

« Je pense que oui. Admettons, si nous n'avions pas évolué numériquement, on aurait trouvé d'autres moyens pour faire parler du metal en France. Je pense par exemple du temps de nos parents : Nina Hagen, The Beatles, Sex Pistols, certes ne sont pas issus du metal, mais ont réussi à faire parler d'eux dans le monde entier avec les moyens de l'époque: télévision, radio, presse. De toute manière quand quelque chose plait ça perdure dans le temps. Regarde Mozart ou Beethoven, ils ont traversé les siècles. Donc d'une manière ou d'une autre le metal aurait trouvé sa place sans l'aide du numérique. ;) »

²³ <https://www.Facebook.com/events/384971278190590/> consulté le 25 avril 2018

Ici, est avancé l'argument des anciens groupes, qui à leur époque n'avait pas besoin du numérique pour se démarquer. Ce qui est juste avec cet argument, c'est qu'effectivement ses groupes ont su profiter de leur époque pour se mettre en avant, mais il oublie de préciser, qu'à cette époque ce sont les *Beatles* qui ont popularisé l'avènement du CD, ils sont à l'origine d'une révolution mondiale, tandis que les groupes de *Metal* en France, eux ne sont à l'origine d'aucune révolution. Un autre argument est avancé, celui du bon goût, « *De toute manière quand quelque chose plait ça perdure dans le temps* ». Le fait qu'aujourd'hui le *Metal*, ne soit pas la musique populaire par excellence en France, mais que le pays possède l'un des festivals les plus reconnus dans le monde, vient contrer cet argument.

- 2) Ceux qui estiment que le *Metal* est réservé à des fans du genre et quand sans le numérique, les fans iraient quand même à la recherche des nouveaux groupes.

« *Tout dépend si le metal serait la seule musique non numérique. - si oui, la question de ne se pose pas. - si non, les habitudes seraient les mêmes qu'à l'époque pré-Napster, donc visibilité relative : uniquement pour ceux qui la cherchent, moindre par rapport à aujourd'hui. Les métalleux sont connus pour être un public plutôt fidèle, donc se donneraient les moyens de découvrir des groupes. Il y aurait (à nouveau) plus de zines [magazine] papier, des radios metal (hertziennes, on peut rêver). En revanche reconnaissance, visibilité dans le mass media quasi-inexistante.* »

Ici ce qui est souligné, c'est l'effort que déploierait le métalleux pour continuer à alimenter ses connaissances. Ayant commencé à écouter du *Metal* sans qu'il y'ai Internet, je ne peux que valider cet argument. Je n'hésitais pas à fouiller chez les disquaires ou dans les magazines à la recherche de nouveautés. Ce que je fais encore aujourd'hui. Le second argument proposé est celui que sans Internet, la presse et les radios spécialisées, ce seraient démultipliées. Sachant qu'avec l'avènement d'Internet et des médias sociaux, le journalisme connaît de très grandes difficultés²⁴ l'argument qu'il y aurait plus de diversité est totalement plausible.

²⁴ Pour en savoir plus, lire: Ramonet Ignacio - L'explosion du journalisme - 2011

3) Ceux qui estiment que le *Metal* n'a jamais eu besoin du numérique et que de toute façon aujourd'hui même avec le numérique, ça n'a rien changé.

« Je pense que oui, le métal n'a pas attendu l'ère du numérique pour organiser des festivals, se regrouper... Et ce n'est pas plus une musique en vogue qu'avant, en tout cas, je n'en ai pas le sentiment. »

Le fait de dire que le *Metal*, n'a pas attendu un avènement pour se regrouper est très juste, le numérique n'a permis qu'une meilleure visibilité pour ce genre de manifestation. Peut-être qu'il n'est pas plus populaire qu'il y a 20 ans en France, mais certains groupes français ont des reconnaissances mondiales aujourd'hui,²⁵ ce qui n'était quasiment pas le cas avant l'avènement du numérique. L'un des seuls groupes de *Metal* français reconnu à l'international n'était autre que *Trust*²⁶.

Le *Metal* n'a certes pas besoin du numérique pour organiser des rassemblements ou des concerts, mais les groupes eux, jouissent de cette révolution et la scène française sort de l'ombre.

Il est très difficile de s'imaginer ce qu'aurait pu être le *Metal* sans l'avènement du numérique. S'il suit sa logique de propagation à travers les années, il est fort possible qu'en France, des groupes comme *Svart Crown*, n'aurait pas la reconnaissance qu'ils ont aujourd'hui. La France accueillerait peut-être pas de festival comme le *Hellfest* aussi régulièrement, il resterait peut-être qu'un festival de niche. Cependant, il est certain que la presse spécialisée regorgerait de magazines, tous différents des uns et des autres, certainement qu'ils se spécialiseraient dans des genres et deviendraient des références. Les groupes de musiques se feraient dénicher moins régulièrement et la scène *underground* auraient plus de mal à s'imposer. Les rassemblements seraient quant à eux, moins nombreux mais ils seraient encore présents et le *Metal* se partageraient par le biais du bouche à oreille.

²⁵ <https://goo.gl/pKbX2M> (Les meilleurs groupes français de metal selon Metal Hammer) consulté le 26 avril

²⁶ <https://goo.gl/b3qArh> " L'un des premiers groupes de metal les plus cultes reste Trust, qui a marqué les esprits avec son morceau « Antisocial ». Le célèbre titre a d'ailleurs été repris par des groupes étrangers comme les américains d'Anthrax." - Rolling Stone - Le metal français - consulté le 26 avril 2018

« Oui. Le metal se fait découvrir majoritairement de bouche à oreille puisqu'il est peu diffusé comparé aux autres genres musicaux populaires, et il intéresse un public assez restreint. Le numérique aide aux recherches des passionnés, mais pas vraiment à sa visibilité. »

Les personnes qui pensent que sans le numérique le metal n'aurait pas la même visibilité, sont aux nombres de 850 à peu près. Il y a beaucoup plus de réponses ouvertes et d'arguments à étudier. Nous n'avons pas pu les classer en catégories bien distinctes pour la simple et bonne raison, que la plupart des réponses se rejoignent.

Les différentes réponses s'accordent à dire qu'avec le numérique, il y a beaucoup plus de groupe, de critiques et de webzines. Ce qui est une observation très juste. D'autres vont encore citer la visibilité gagnée à la télévision grâce aux concerts de *Metal* diffusés par Arte depuis plusieurs années²⁷. Certains, invoquent l'argument que cette musique a toujours eu mauvaise presse en France et se réjouisse de l'arrivée du numérique.

Les arguments ne sont pas légions et se ressemblent tous plus ou moins. Se rassemblant tous sous la bannière du « ce n'était pas mieux avant », l'avènement du numérique, est selon eux, un bienfait pour cette musique et sa propagation à travers le pays. De nouveaux groupes ont pu fleurir, des webzines et autres professionnels du milieu ont pu faire leurs armes. On peut penser notamment au label indépendant « *les acteurs de l'ombre* » qui diffusent *des groupes de Metal underground*²⁸ selon leur dire.

« Non. Les médias numériques ont permis une diffusion plus large du métal en France. Public et critiques musicaux amateurs peuvent plus facilement échanger et promouvoir le genre en évitant les canaux médiatiques traditionnels. Ces derniers, bien que de plus en plus ouverts (en témoigne les lives de ARTE au Hellfest), véhiculent encore beaucoup de clichés sur le métal. »

« J'ai plutôt l'impression que le metal est encore plus confidentiel qu'il y a 20 ans (peu de magazines, plus d'émission télé comme Rock express, peu de visibilité médiatique (ce qui n'est pas pour me déplaire). Le numérique a juste investi l'espace laissé vacant... »

²⁷ <https://www.arte.tv/fr/videos/RC-014515/metal-oper-art/> (Concert de plusieurs groupes, donnés à l'opéra du Rhin) consulté le 27 avril 2018

²⁸ <https://lesacteursdelombre.net/> consulté le 27 avril 2018

6) Conclusion de l'enquête

Dans un premier temps, il est important de rappeler le nombre de participants 944. Il a été atteint en moins d'un mois. Dans un second temps, le sérieux qui été déployé tout le long du questionnaire et surtout à la question totalement ouverte à la fin, nous a permis de mener une étude relativement complète. Nous sommes bien conscient que tout n'a pas été étudié et que certains résultats, auraient pu être croisés de manière à mettre en exergue d'autres tendances. Cependant, l'essentiel et le plus parlant ont pour notre part été mis en avant et nous ont permis de répondre à la problématique : les nouveaux usages des métalleux, comment est-ce qu'ils s'informent, écoutent et/ou découvrent de nouveaux groupes de *Metal* ?

Le numérique a toute sa place dans le monde du metal en France. Les écrits universitaires qui lient le *Metal* et les sciences, commencent à être publiés de plus en plus souvent. Pour l'écriture de sa thèse, Corentin Charbonnier s'est servi des Google alertes avec le mot clé « *Hellfest*²⁹ ». Ce même festival, a aussi su adapter sa campagne de communication :

« Depuis la première édition en France en 2006, le Hellfest a instauré une communication omniprésente autour de l'évènement. Le festival met en place différentes campagnes de communication officielles par le biais des nouvelles technologies de communication (Internet et téléphonie principalement [...]) »³⁰

Cependant, ce n'est pas pour autant que la communication traditionnelle a été oubliée. Le monde du *Metal* et ses acteurs restent attachés à une certaine tradition et même si le numérique a su se confondre avec le médium, les auditeurs qui ne sont pas familiers avec les nouvelles technologies, ne sont pas oubliés. Dans son ouvrage, Corentin Charbonnier, consacre tout un chapitre à la communication, allant de la communication sur les réseaux sociaux à la communication plus traditionnelle, comme les magazines ou les radios locales et nationales.³¹

Les questions non ouvertes, ont permis de se rendre compte que le numérique est bel et bien présent dans le monde du *Metal* en France. Les usagers, se sont adaptés aux nouveaux moyens de communication qu'ont mis en place les acteurs du genre musicale.

²⁹ Charbonnier, Corentin - Un pèlerinage pour metalheads. p.105

³⁰ *Ibid* p.106

³¹ *Ibid* p.105 - 110

Très peu de sondés se sont sentis dépassés par le numérique et semblent même satisfaits qu'il soit présent. Évoquant justement la facilité d'écouter des nouveaux groupes, de pouvoir écouter partout la musique qu'ils aiment et surtout, le numérique a selon eux, permis à des petits groupes d'accroître leur visibilité. Une mission que tient à prendre en main le *YouTuber* « *Metalliquoi?* » dans son émission « *Made In France* ».

Le numérique a aussi eu une grande influence dans la naissance de genres très *underground* en France, comme le *Deathcore*, ou le *Djent*. Ces genres sont nés au milieu des années 2000, début des années 2010, avec des figures de proues comme *Periphery*, ou encore *Infant Annihilator*, qui peinent à se produire dans les salles en France, mais qui connaissent un certain succès sur les plateformes de téléchargement légales et payantes. *Bandcamp* propose toute la discographie de ces groupes.

Devenue l'application phare lors de la création d'un groupe, cette application a su s'imposer comme l'application indispensable pour tout bon fan. Elle permet la découverte de nouveaux groupes, de nouveaux genres et grâce à son système de paiement en ligne, on peut recevoir l'album sous format dématérialisé, ou alors le commander en format physique. Du côté de la création de groupe, comme il est très difficile aujourd'hui de se faire produire, le fait de pouvoir exposer ses compositions gratuitement, sur une application comme elle, permet d'améliorer sa visibilité. Certains groupes comme *Pallbearer* ont vu leur notoriété grimper en flèche grâce à cette alternative.

Cette application permet de court-circuiter le système plus traditionnel pour la vente d'album. Ici, la personne qui a en charge la page du groupe, peut décider de publier les morceaux produits et de les rendre ou non accessibles gratuitement. *Bandcamp* permet aussi la création d'une boutique en ligne : « *un merch* », souvent affiliée au groupe ou à la boîte de production, le site permet les achats en ligne à l'aide d'une simple transaction *Paypal* ou en paiement par carte bancaire directement. Les prix affichés excèdent rarement les 15€ et souvent, lors de l'achat sur la boutique, lors de la réception, *un goodies* nous est envoyé, ce qui permet de récompenser et fidéliser le fan. Cependant, même si elle reste une référence, elle ne fait pas forcément l'unanimité. Sur le questionnaire seulement 200 personnes connaissent et achètent des albums sur l'application.

Ce questionnaire, nous a permis de défricher les usages des *Metalheads*, en ce qui concerne leurs usages en rapport avec leur manière de s'informer sur les groupes. Ce questionnaire m'a aussi permis de répondre en partie à la problématique du mémoire.

Les réponses qui en émanent, affirment le fait que le *Metal* et le numérique peuvent être liés et ils ont changés des choses au sein même de la manière de consommer. L'achat d'album est numérique, la manière de s'informer se fait par le biais des réseaux sociaux, qui eux-mêmes, sont devenus des outils de références et de qualités, utilisés par les groupes, les labels, les maisons de production. Toutes les tranches d'âges se sentent concernées. Au sein même de la musique, des groupes comme *Slice The Cake*, on put composer, produire et distribuer un album à l'aide des nouvelles technologies, alors que les membres du groupe se trouvaient à des milliers de kilomètres de distance les uns des autres. Le numérique, s'est imposé dans ce paysage musical, mais il n'a pas remplacé les anciennes habitudes et les médias de la communication en sont conscients. Certains webzines comme NIME, proposent encore de suivre par le flux RSS, les magazines de la presse spécialisée sont encore là et comptent bien perdurer, ils n'ont pas de mal à s'adapter en cherchant de nouvelles ruses pour contrer le géant numérique (voir l'histoire avec *Metallian*). Les usages ont changé, les usagers eux se sont adaptés et ne se sentent pas perdus. Dans aucune des réponses, les interviewés ont écrit des réponses qui laissaient croire qu'ils se sentent submergés par le numérique. Mais ils se sentent concernés.

7) Les limites

Ce mémoire a permis de faire un premier tour d'horizon de la relation qu'il existe entre le *Metal* et le numérique. Après qu'on ait écumé les sites spécialisés, pour trouver des ouvrages universitaires liants les deux, force est de constater qu'il n'existe aucune littérature portant sur ces problématiques. Le *Metal* se retrouve plus aux prises avec des problématiques socio-anthropologiques, voire même économiques (en ce qui concerne les festivals et leurs implantations en France). Mais lors du choix du sujet, on savait qu'on allait se heurter à ce problème majeur et l'on a décidé de mener l'investigation jusqu'au bout. Le *Metal* a quasiment trente années d'existence. Des personnes qui ont écrit sur le sujet il en existe des centaines, voire des milliers, qui ne laissent pas indifférentes, tant par leurs plumes, que par leurs partis pris. Mais peu ont écrit des publications universitaires reconnues et consultables facilement. Nos recherches se sont principalement concentrées sur des sites de musique de références, qui existent depuis des années et qui sont considérés par la communauté, comme étant des références majeures dans le paysage *Metal* français.

Le pays est aussi devenu au fur et à mesure des recherches une limite. On le sait, même si elle accueille l'un des festivals les plus prestigieux d'Europe, la France n'est pas la terre natale de cette musique. Les articles sur le sujet tournent en rond et la presse généraliste se concentrent le plus souvent sur le *Hellfest*. Néanmoins, même si l'éditeur "*Camion Blanc*" semble tirer son épingle du jeu avec pour slogan « *l'éditeur qui véhicule le rock* », les prix des ouvrages n'en restent pour le moins inabornables pour un budget étudiant. Peu de bibliothèques en France ont ces références, il est difficile de les trouver dans le commerce à des prix raisonnables, que ce soit sur Internet ou dans des points de ventes spécialisés. Si le pays est devenu une limite, au fur et à mesure de nos investigations, on a pu se rendre compte que même si les écrits universitaires n'en étaient qu'à leur balbutiement, le sujet intéresse de plus en plus de domaine scientifique. Les prochaines années seront certainement plus riches en termes d'écrits universitaires français.

L'approche pour l'enquête est aussi critiquable qu'améliorable. Elle a été concentrée sur les usages et les usagers, mais significativement parlant elle aurait pu être plus précise. En effet, elle se concentre sur une tranche d'âge qui n'a pas eu de mal à répondre (25-35 ans) et même si je le répète tous les interviewés ont été sérieux et bien intentionnés, les deux extrêmes des tranches d'âge (-18 ans et +45 ans) ne sont pas très représentatives. Ce qui peut poser un problème c'est la nature de la conclusion que l'on

peut tirer de l'enquête. Cela semble être cohérent et presque logique que les 25-35 ans aient donné le plus de réponses, ce sont eux qui sont nés avec Internet et qui ont évolué avec. Les deux tranches d'âges les moins représentées, sont celles qui ne sont pas les plus présentes sur le réseau social utilisé pour l'enquête : *Facebook*. *Twitter*, aurait pu être un média encore plus puissant, mais n'étant absolument pas à l'aise avec ce réseaux social, on a préféré ne pas prendre de risque.

Enfin, on peut partir du principe qu'une étude statistique peut toujours être étudiée sous différents aspects et on pense que la nôtre aurait pu être plus précise en différents aspects, mais les 944 réponses ont surpris et on a perdu beaucoup de temps à les trier convenablement, afin de rendre lisible le maximum d'information. Le questionnaire est très représentatif de la problématique ; mais à mon sens manque de précision sur l'exploitation. Le mémoire demande un travail synthétique, mais sur un sujet comme le nôtre et avec le temps proposé, il est très difficile de présenter des résultats synthétiques, tant leurs nouveautés dans le milieu de la recherche peuvent surprendre et intéresser.

8) Conclusion

Le *Metal* aujourd'hui est connu de tous, chacun a dans sa bouche un groupe qu'il connaît. Que ce soit des très reconnus *Metallica* au plus sombre groupe de *Underground*, chacun connaît un groupe appartenant à ce genre musical. C'est normal, il est né à la fin des années 70 et a fait couler beaucoup d'encre depuis. La mise en place d'une presse spécialisée aura tôt fait de finaliser son appartenance au paysage musicale. Au fil des années il s'est mis à créer son propre univers, avec ses propres règles et ses propres groupes iconiques. Il s'installe assez facilement en Europe du Nord et de l'Est et fait très peu parler de lui en Europe Centrale, avant la fin des années 90-2000. C'est en 2006, que deux événements majeurs vont faire connaître ce genre au grand public français. La création du festival de *Metal* le *Hellfest* et la victoire d'un groupe de *Black Metal Symphonic*, *Lordi* à l'Eurovision.

En parallèle dans les années 2000, Internet est installé dans les foyers et l'avènement sur les mobiles ne tarde pas. Mais c'est avec l'arrivée du téléchargement illégal que le *Metal* va connaître un regain en termes de notoriété. Si la presse spécialisée proposait des groupes venant de tous les horizons, elle est très vite limitée par ses directives éditoriales : (nombres de pages, d'articles, choix des groupes etc.), grâce à Internet, on le sait tout va se globaliser et la musique ne sera pas épargnée. Les premiers Webzines français naissent au début des années 2000 et continuent de perdurer aujourd'hui. *Nightfall In Metal Earth*, *Spirit of metal* ou encore *Horns up*, sont des sites français qui sont aujourd'hui considérés comme des références dans le domaine. L'avantage est bien sûr en grande partie tout d'abord pécunier. Certains modes de téléchargement permettent de ne pas dépenser d'argent et d'acquérir la musique que l'on veut. Mais le goût de la découverte et du partage fait partis intégrantes des fans qui écoutent cette musique et *YouTube* va devenir l'un des médias les plus utilisé pour diffuser cette branche de la musique, appartenant à la « *subculture* ».

La chaîne de *Metalliquoi ?* est un exemple parfait de ce que le *Metal* peut devenir aujourd'hui. Il allie sa passion à ses connaissances et n'hésite pas proposer du contenu plus pédagogique, afin de faire comprendre à sa cible (les gens qui ne connaissent pas cette musique), tous les enjeux et les subtilités qui se cachent derrière cette musique. D'autres chaînes, ont pris un angle bien différent et s'adresse à des initiés, exposant ainsi des thématiques qui sont totalement intrinsèque à cette musique et demande aux « *viewers* » une base de connaissance solide. Mais *YouTube* n'est pas le seul média à diffuser du contenu en rapport à cette musique, *Twitter*, *Tumblr* ou encore *Instagram* ont

pris leurs marques et le *Metal* se retrouve hissé sur ses réseaux sociaux. En France, des groupes iconiques de la scène, sont très actifs numériquement, que ce soit par la périodicité de publication de post, ou par le nombres d'abonnés, des groupes comme *Celeste* ou *Alcest*, ne se privent pas pour tenir les fans au courant, ou pour exposer un brin de vie de leur escapade en concert.

Aujourd'hui, le *Metal* en France fait parler de lui seulement par la présence du *Hellfest*. Tous les ans à la même période c'est-à-dire fin juin, les médias traditionnels s'engouffrent dans cet enfer et vont interviewer les festivaliers. Mais les questions restent banales et les reportages ne dépassent que très rarement les 5 ou 10minutes, cela pour des raisons évidentes de limites éditoriales. C'est sur le Web que cette musique prend tout son essor, par le biais de reportage, de concerts, d'accessibilité à des albums. Cette culture s'étend grâce au numérique et prolifère à travers le web grâce à ses passionnés, on ne parle plus de pays à ce stade-ci mais d'internautes, de tous les horizons, qu'il soit français en France ou dans un autre pays, on ne veut plus toucher un pays mais une communauté à travers le monde.

Actuellement le *Metal* est reconnu comme faisant partie de la culture, à une moindre échelle pour chaque pays connaissant cette musique. Mais cette musique bien que populaire, n'en reste pas moins extrême et avec l'arrivée d'Internet et des réseaux sociaux certains genres bien connus du public ont émergés comme le NSBM (*National Socialist Black Metal*) dont les paroles sont très équivoques, par souci d'auto-censure, nous ne citerons pas de groupe ou de festivals, qui existent bel et bien en France. Le numérique aura su porter le *Metal* à un tout autre niveau qu'il ne l'était à ses débuts, peut-il endiguer ses groupuscules extrémistes en développant les mêmes armes (réseaux sociaux, passionnés, partage). Rien n'est moins sûr, car il s'agit tout d'abord d'une problématique politique avant qu'elle ne soit musicale.

9) Lexique

A

AC/DC : Actif

Groupe de hard-rock australo-britannique formé en 1973. Ils ont à leur actif 17 albums studio.

Alcest : Actif

Groupe de Post-black-metal français formé en 2000. Ils ont à leur actif 5 albums studio.

Alestorm : Actif

Groupe de Pirate Metal écossais formé en 2004. Ils ont à leur actif 5 albums studio.

B

Behemoth : Actif

Groupe de Death Metal polonais formé en 1991. Ils ont à leur actif 10 albums studio.

Black Sabbath : Actif

Groupe de Heavy Metal originaire d'Angleterre. Ils ont à leur actif 19 albums studio.

Black Metal

Sous genre musicale du Heavy Metal. Il est le plus souvent caractérisé par des chants gutturaux, les musiciens sont souvent grimés de peinture pour le visage. Niveau musical, les guitares produisent des lignes mélodiques souvent similaires, la batterie quant à elle produit des lignes mélodiques à très haute vitesse. Ce qui fait la particularité de ce style de musique, ce sont ses lyrics qui se rapprochent le plus souvent au satanisme.

C

Celeste : Actif

Groupe de Post-Hardcore créé en 2005. Ils ont à leur actif 6 albums studio.

D

Deathcore

Style qui fusionne le metalcore et le Death Metal. Il se définit par les lignes mélodiques à la guitare emprunté au Death Metal et à l'utilisation des breakdowns du punk hardcore et du metalcore

Death Metal

Sous-genre musical extrême du heavy metal. Il emploie généralement des guitares très

distordues, des tremolo picking, des growling profonds, des blast beats, les gammes mineures et des structures complexes avec de multiples changements de tempo.³²

Deep Purple : Actif

Groupe de rock anglais crée en 1968. Ils ont à leur actif 21 albums.

Djent :

Le Djent est un sous-genre musical de heavy metal, dérivé plus précisément du métal progressif. Le mot « Djent » est tiré de l'onomatopée produite par le son d'une guitare accordée basse, à haut gain et forte distorsion, utilisant la technique du palm mute, emprunté par des groupes comme Meshuggah et Sikth³³

G

Gojira : Actif

Groupe de Death metal français crée en 1996. Ils ont à leur actif 6 albums studio.

H

Heavy Metal

Le heavy metal est un genre dérivé du rock apparu au Royaume-Uni et aux États-Unis à la fin des années 1960. Cependant, le terme de « heavy metal » est sujet à confusion car il peut prendre plusieurs sens différents selon le contexte dans lequel il est employé. Dans son contexte d'origine, il était indifféremment utilisé comme un synonyme de hard rock. Dans un second sens, le terme désigne le heavy metal traditionnel, une tendance esthétique plus radicale qui, au cours des années 1970 et 1980, s'est démarquée du hard rock, en s'éloignant de ses racines blues³, même si cette distinction est contestée par des recherches récentes. Dans un sens large et généralisé, le heavy metal ou metal (tout court) désigne toutes les musiques qui descendent du heavy metal traditionnel et du hard rock.³⁴

I

Infant Annihilator : Actif

Groupe de Deathcore anglais crée en 2012. Ils ont à leur actif 2 albums studio.

Iron Maiden : Actif

Groupe de Heavy metal anglais crée en 1975. Ils ont à leur actif 16 albums studio.

L

Led Zeppelin : Inactif

³² https://fr.wikipedia.org/wiki/Death_metal consulté le 8 mai 2018

³³ <https://fr.wikipedia.org/wiki/Djent> consulté le 8 mai 2018

³⁴ https://fr.wikipedia.org/wiki/Heavy_metal consulté le 8 mai 2018

Groupe de rock formé en 1968. Ils ont à leur actif 10 albums studio

Lordi : Actif

Groupe de Black Metal Symphonique crée en 2002. Ils ont à leur actif 11 albums studio.

M

Mass Hysteria : Actif

Groupe de Neo metal français crée en 1993. Ils ont à leur actif 8 albums studio

Metallica : Actif

Groupe de Thrash metal américain crée en 1981. Ils ont à leur actif 10 albums studio

N

National Socialist Black Metal

Style qui emprunte les sonorités au Black Metal, sa particularité réside dans ses paroles très équivoque lié au nom même du style.

P

Pallbearer : Actif

Groupe américain de Doom metal crée en 2012. Ils ont 3 albums à leur actif.

Periphery : Actif

Groupe américain de Djent crée en 2005. Ils ont 5 albums à leur actif.

S

Svart Crown : Actif

Groupe de Black Metal français crée en 2004. Ils ont 5 albums à leur actif.

Symphonic Black Metal

Style qui emprunte les sonorités au Black Metal mêlant des instruments classiques et des sonorités ambiantes.

T

Thrash Metal

Le Thrash metal est un sous-genre du heavy metal apparu au début des années 1980. Issu de la New wave of British heavy metal et du hardcore, il se développe surtout aux États-Unis, en Allemagne et au Royaume-Uni. Les groupes Megadeth, Metallica, Slayer, et Anthrax sont reconnus par le grand public et la presse spécialisée comme les leaders du genre.

Tool

Groupe de Progressif metal américain, crée en 1990. Ils ont à leur actif 5 albums

Bibliographie

Littérature

GUIBERT (Christophe), « Représentations et usages sociaux de la musique metal. Le cas du Hellfest », *Volume !*, 2015/1, pp.7-27.

GUIBERT (Gérôme) et HEIN (Fabien), « Introduction. Les scènes métal », *Volume !*, n°5, 2006/2, p5-18.

GUIBERT (Gérôme), « Michael Moynhian & Didrick Soderlind, *Lords of chaos. The bloody rise of the satanic metal underground* », *Volume !*, n°1 :1, pp.124-126.

GUIBERT (Gérôme), « présentation du dossier « metal studies » : la naissance d'un champ », *Volume !*, n°9 :2, 2012/2, p199-204.

KAHN-HARRIS (Keith), HEIN (Fabien), « Metal studies » : une bibliographie », *Volume !*, n°5 : 2, 2006.

MOMBELET (Alexis) et WALZER (Nicolas), « Présentation », *Sociétés*, n°88, 2005/2, p7-13.

MOMBELET (Alexis) et FERRAND (Laure), « Musiques rock et metal : regards et perspectives des sciences humaines et sociales », *Sociétés*, n°117, 2012/3, p5-13.

WALZER (Nicolas), *Anthropologie du metal extrême*, Camion Blanc, 2007, 415p.

Articles

« Chiffres réseaux sociaux - 2017 ». *Blog du Modérateur* (blog), 11 juillet 2017.

<https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/>.

« France : Prochains évènements metal ». Consulté le 18 mars 2018.

<https://www.concerts-metal.com/search.php?&p=fr&begda=2016-01-01&endda=2017-01-01&pn=1&po=1>.

« Heavy Metal Africa » explore le côté obscur du continent noir - Noisey ». Consulté le

18 mars 2018. <https://noisey.vice.com/fr/article/yvwqgg/heavy-metal-africa-book>.

IRMA. « ÉLÉMENTS SUR LES MUSIQUES METAL EN FRANCE : La France aime-t-elle le metal ? / Actualités / Irma : centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles ». IRMA : Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles. Consulté le 2 novembre 2017. <http://www.irma.asso.fr/ELEMENTS-SUR-LES-MUSIQUES-METAL-EN>.

« Toutes les radios du genre Heavy Metal ». radio.fr. Consulté le 2 novembre 2017.

<http://www.radio.fr/>.

« Un crédit d'impôt pour les associations en 2017 ». La Tribune. Consulté le 18 mars

2018. <https://www.latribune.fr/economie/france/un-credit-d-impot-pour-les-associations-en-2017-605991.html>.

Webzine et Chaîne YouTube

Encyclopaedia Metallum: The Metal Archives ». Consulté le 8 novembre 2017.
<https://www.metal-archives.com/lists/FR>.

« Metalorgie : Webzine - Consulté le 8 novembre 2017. <http://www.metalorgie.com/>.

« Nightfall In Metal Earth : Webzine - Consulté le 8 novembre 2017.
<http://metal.nightfall.fr/>.

« Spirit of Metal : Webzine - Consulté le 23 avril 2018 https://www.spirit-of-metal.com/fr/style/Black_Metal

« Spirit of Metal : Webzine - Consulté le 23 avril 2018 https://www.spirit-of-metal.com/fr/style/Death_Metal.

« Spirit of Metal : Webzine - Consulté le 23 avril 2018. https://www.spirit-of-metal.com/fr/style/Thrash_Metal

« Metal - Recherche OpenEdition ». Consulté le 8 novembre 2017.
<https://search.openedition.org/index.php?q=metal&s=Volume+%21>.

Metalliquoi. *Made in France n°1 : Holy Cross, Ad Patres, Calling of Lorme*. Consulté le 18 mars 2018.

<https://www.YouTube.com/watch?v=7ZdoGoaEXxQ&index=7&list=PLpZvMp9KGAsCWWsug57AjidmgNUp2eQS2>.

« Metalliquoi ». *YouTube*. Consulté le 18 mars 2018.
https://www.YouTube.com/channel/UC_17P1ruDpCVujf7C_SxhOA.