



HAL
open science

Gabriel Segré, Fans de... Sociologie des nouveaux cultes contemporains

Laetitia Biscarrat

► **To cite this version:**

Laetitia Biscarrat. Gabriel Segré, Fans de... Sociologie des nouveaux cultes contemporains. Volume!
La revue des musiques populaires, 2015, 11 : 2, pp.186-188. 10.4000/volume.4464 . hal-04343579

HAL Id: hal-04343579

<https://hal.science/hal-04343579>

Submitted on 15 Dec 2023

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

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

VOLUME!

Volume !

La revue des musiques populaires

11 : 2 | 2015

Varia

Gabriel SEGRÉ, *Fans de... Sociologie des nouveaux cultes contemporains*

Laetitia Biscarrat



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/volume/4464>

DOI : [10.4000/volume.4464](https://doi.org/10.4000/volume.4464)

ISSN : 1950-568X

Éditeur

Association Mélanie Seteun

Édition imprimée

Date de publication : 15 juin 2015

Pagination : 186-188

ISBN : 978-2-913169-37-1

ISSN : 1634-5495

Référence électronique

Laetitia Biscarrat, « Gabriel SEGRÉ, *Fans de... Sociologie des nouveaux cultes contemporains* », *Volume !* [En ligne], 11 : 2 | 2015, mis en ligne le 15 juin 2015, consulté le 14 novembre 2021. URL : <http://journals.openedition.org/volume/4464> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/volume.4464>

L'auteur & les Éd. Mélanie Seteun

Bibliographie

DIBBELL J. (2004), « Unpacking our Hard Drives : Discophilia in the Age of Digital Reproduction », in E. WEISBARD (ed.), *This Is Pop – In Search of the Elusive at Experience Music Project*, Cambridge, Harvard University Press, p. 279-288.

HESMONDHALGH D. (2010), « Music, Digitalization and Copyright », in MURDOCK G. et GOLDING P. (eds.), *Digital Dynamics : Engagements and Connections*, New York, Hampton Press.

KUSEK D. et LEONHARD G. (2005), *The Future of Music : Manifesto for the Digital Music Revolution*, Boston, Berklee Press.

GITELMAN L. (2006), *Always Already New : Media, History, and the Data of Culture*, Cambridge, MIT Press.

JANOWSKA A. A. (2011/2), « L'avenir de la musique après la révolution numérique : Opportunités et contraintes pour l'industrie du disque », *Sociétés*, n° 112, p. 87-94.

McCOURT T. (2005), « Collecting Music in the Digital Realm », *Popular Music and Society*, vol. 28, n° 2, p. 249-252.

SEXTON J. (2008), « The State of Music in a Digital Age (and case study on the iPod) », in G. CREEBER et R. MARTIN (eds), *Digital Culture : Understanding New Media*, Maidenhead, Open University Press, p. 92-106.

STERNE J. (2012), *MP3 : The Meaning of a Format*, Cambridge, MIT Press.

Notes

1. Journalistes, managers, producteurs, musiciens, présentateurs radiophoniques, directeurs de labels.
2. A l'instar de l'excellente série *Electronic Mediations* publiée par Minnesota University Press.

3. Cf. le manifeste polémique de Kusek et Leonhard (2005) sur la « mort » de l'industrie du disque.
4. On se référera notamment aux contributions de Dibbell (2004), McCourt (2005) ou Sexton (2008).

Gabriel Segré, *Fans de... Sociologie des nouveaux cultes contemporains*, Paris, Armand Colin, 2014.

L'ouvrage de Gabriel Segré propose d'étudier le phénomène de célébration des vedettes tant du côté des fans que de la patrimonialisation des stars défuntées. Dès l'introduction, l'auteur prend soin de clarifier son positionnement au regard des métaphores religieuses qui imprègnent la notion de fan. Il propose, à la suite de Nathalie Heinich (2012), de se saisir du

champ notionnel du culte comme « outil méthodologique » (12). Ce déplacement permet d'analyser l'attachement individuel et collectif aux vedettes au regard de la notion de mythe, qui pose la question de la construction du récit et de l'idéologie. Elle permet à l'auteur de mettre au jour des invariants mais aussi de porter un regard politique sur ces cultes contemporains.

Fans de... Sociologie des nouveaux cultes contemporains

Le premier chapitre constitue un historique des termes et des travaux académiques sur les stars et les fans. Le chapitre 2 traite du processus de patrimonialisation à l'œuvre au décès de la vedette. L'auteur identifie les acteurs et les lieux de mémoire. L'étude de cette mobilisation contre l'oubli conduit à l'observation d'un principe narratif récurrent. La patrimonialisation des vedettes s'accompagne d'une hagiographie, soit une mise en récit de la vie des vedettes à « fonction célébrative » (72) dont traite le chapitre 3. Les caractéristiques communes à ces vedettes célébrées s'organisent selon l'auteur autour de trois dimensions : vocationnelle, sacrificielle et christique. Par ailleurs, « le récit biographique de ces grandes vedettes disparues est un récit ascensionnel » (94), inspiré par *La légende dorée*, hagiographie moyenne-nâgeuse de la vie des saints. Il est structuré par le motif de la revanche sur le destin. Puis, le « récit hagiographique devient récit mythique » (117). Il prend une fonction étimologique analysée dans le chapitre 4. La vedette devient le héros d'une histoire vraie, exemplaire et significative. Elle porte les valeurs et les représentations collectives d'une époque. Après avoir décrit ces phénomènes de patrimonialisation et de mythification des vedettes, Gabriel Segré s'attache à en identifier les raisons dans le chapitre 5. Il en dénombre huit : économique, politique/idéologique, communautaire, anthropologique, psychique/psychologique, nostalgique, particulariste. Si les stars défuntées sont fédératrices, ce consensus est le fruit d'un travail de dépolitisation qui tend à convertir des célébrités contestataires en héros policés. « Le mythe est une parole dépolitisée » écrivait Barthes (1957 : 216). La neutralisation du poids politique de la vedette témoigne de la capacité du système



capitaliste à convertir la parole contestataire en un produit de consommation.

Les trois derniers chapitres de l'ouvrage sont consacrés aux fans. Le chapitre 6 traite des profils de fans. L'auteur rappelle que nous ne disposons pas de données précises sur l'appartenance socioprofessionnelle, démographique et culturelle des fans. De fait, il a recours à des idéaux-types et à une description de parcours et trajectoires de fans. Cette description se poursuit dans le chapitre 7 où l'auteur propose de catégoriser les fans en fonction de leurs rites et croyances. Le chapitre 8 prend en charge la question des jugements sociétaux portés sur les fans. L'auteur souligne que la critique des fans témoigne d'un mépris de classe pour la culture populaire. Il argumente que le fan est aussi un créateur. John Fiske (1992) a identifié trois types

de productivité des fans : sémiotique, énonciative et textuelle. Gabriel Segré propose d'enrichir cette typologie avec la production notoriétale, c'est-à-dire la lutte pour la reconnaissance de la vedette. Les fans travaillent dès lors pour et avec l'industrie culturelle en tant qu'ils participent à la production de « leur propre capital culturel, sinon de leur propre culture » (253). Le dernier chapitre se penche sur l'investissement temporel, économique et affectif des fans dans leur passion. Les sacrifices et renoncements qu'implique l'activité des fans sont rétribués à l'aune des satisfactions que ces derniers en retirent. Suivant la logique du don contre-don (Mauss), la relation à la vedette permet aux fans de surmonter des difficultés. Elle participe de la construction identitaire et peut parfois conduire à une inscription professionnelle. Quant aux

rivalités acerbes dans le monde des fans, elles témoignent des fortes hiérarchies qui le structurent. La légitimité du fan obéit à des critères précis en termes de savoirs, collections et investissement. Leur capital culturel opère comme un outil de distinction sociale.

Si le lecteur peut regretter quelques lenteurs, du fait d'un raisonnement très progressif et d'exemples répétés à plusieurs reprises, l'ouvrage de Gabriel Segré présente l'intérêt de fournir un vaste panorama du monde des fans. Les nombreuses références aux travaux académiques du champ en font une bonne entrée en matière. Enfin, l'explicitation du phénomène de patrimonialisation des vedettes offre un point de vue renouvelé sur le *fandom*.

Laetitia BISCARRAT

Bibliographie

BARTHES Roland (1957), *Mythologies*, Paris, Seuil.

FISKE John (1992), « The cultural economy of fandom », in LEWIS L. A. (ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, Londres, Routledge, p. 30-49.

HEINICH Nathalie (2012), *De la célébrité. Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris, Gallimard.

MAUSS Marcel (2012) [1925], *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés primitives*, Paris, PUF.