

MUSIQUE & DESIGN GRAPHIQUE

LEURS ÉVOLUTIONS
AVEC L'ÉMERGENCE DES
ARTS NUMÉRIQUES

LAURINE ALFONSO FERREIRA

DN MADe Graphisme Supports Connectés
ésaat Roubaix - Promotion 2022

01 - ABSTRACT

For almost a century, graphic design and music have undergone a number of important transformations. Digital art is one of these great revolutions that have shaken up creations with the use of digital language, interfaces and networks. So we can ask ourselves how the relationship between graphic design and music has evolved since the 1980s.

First of all, the digitalisation of music has pushed designers to rethink their way of working, particularly with the arrival of the first Macintosh in 1983 and the compact disc by Sony in 1981. The reduction of the medium led to the emergence of an interest in the booklet; this layout work is closer to the graphics of books, unlike vinyl, which was closer to poster graphics. Designers played with new media: the video clip, its massive diffusion was possible thanks to the creation of the MTV channel in 1981.

During the 2000s, the dematerialization of music with the multiplication of computers, the creation of the mp3 file and illegal downloading made music free and its distribution very fast. This led to a lack of interest in

CDs and their graphics, which were reduced to a digital file. The creation of iTunes and iPods by Apple will allow recreate a demand and develop streaming music. And the arrival of social networks will allow all amateurs to get started, thanks to a community of fans, likes and buzz. The do it yourself ethic and the interactive mentality are developing.

Today, a desire to create an experience around music is spreading, music marketing is at its peak. Managing one's online image, one's e-reputation, getting people talking and standing out while continuing to surprise one's fanbase is pushing artists to redouble their creativity. Creating an immersive universe is possible thanks to digital tools, vjing and motion design in concerts, live re-broadcasting.

This shows the importance of digital technology. With the creative evolution we can imagine in the future the use of virtual reality and video games as visual communication of music.

MENU

02 - INTRODUCTION

Le graphisme et la musique sont liés et se nourrissent réciproquement pour constituer la culture populaire contemporaine d'aujourd'hui, source de nombreuses passions : clip, *motion design*, *Vjing*, concerts virtuels, *streaming*... Ces deux secteurs depuis près d'un siècle ont vécu un nombre important de transformations et de révolutions, en termes de médias comme de supports. L'Art Numérique fait partie de ces grandes révolutions qui ont bousculé les créations avec l'utilisation du lan-

gage numérique, des interfaces et des réseaux. C'est pourquoi il est intéressant de se demander comment les rapports entre design graphique et musique ont-ils évolué avec les arts numériques ? Pour cela nous étudierons la numérisation de la musique dans les années 1980, 1990 puis la dématérialisation de la musique et enfin nous concluons avec les perspectives futures.

COMMENT LES RAPPORTS ENTRE DESIGN GRAPHIQUE ET MUSIQUE ONT-ILS ÉVOLUÉ AVEC LES ARTS NUMÉRIQUES ?

03 LA NUMÉRISATION



fig 1.3 Jamie Reid, Sex Pistols,
God Save the Queen, 1977

ÉTAT DES LIEUX

Durant ces dernières décennies le support visuel favori de l'industrie musicale était la pochette de disque, elle illustre les modes de vie, l'esthétique des communautés et des différents courants musicaux. Depuis les années 1950, les pochettes de disques déploient des univers graphiques propres à chaque genre musicaux. Une tendance qui se précisera avec des mouvements tels que le Rock'N'Roll, la musique psychédélique, le Punk... Le graphisme musical est alors très influencé par l'anti-establishment¹ poussé par les mouvements contestataires comme la culture punk par exemple. Cette culture a créé un langage visuel singulier cassant les codes établis. Collage, typographies re-

belles, couleurs criardes et grande liberté d'inspiration, d'appropriation, de détournement culturel sont au cœur de cette tendance graphique qui a transgressé les lois esthétiques² fig.1. Le portrait de la Reine Elizabeth par **Jamie Reid** est devenu une image culte grâce à la pochette des **Sex Pistols, Anarchy in the UK** (1976)³ fig.1.3. Ces pochettes révèlent l'extraordinaire étendue de la culture populaire du XX^e siècle avant l'apparition du numérique.

² Arnaud Bozzini explique dans Le Monde « Ce qui ressort aussi, c'est l'influence de l'attitude anti-establishment de cette culture, qui a privilégié une pratique de la "débrouille", artisanale alors même que le secteur graphique professionnel s'ouvrait aux outils informatiques »

³ Jamie Reid, artiste anarchiste anglais

¹ Anti-establishment : discours critiquant les institutions politiques dominantes.

ANTI-ESTABLISHMENT



Fig 1.1 Malcom Garrett, The Buzzcocks United Artists, *Orgasm Addict*, 1979.



Fig 1.2 Anonyme, X-Ray Sex, Virgin, *Oh Bondage up yours !*, 1977.

03 - NUMÉRISATION

| |



Joop Sinjou, patron de CD Lab chez Philips, présente le tout premier Compact Disc, Mars 1979.

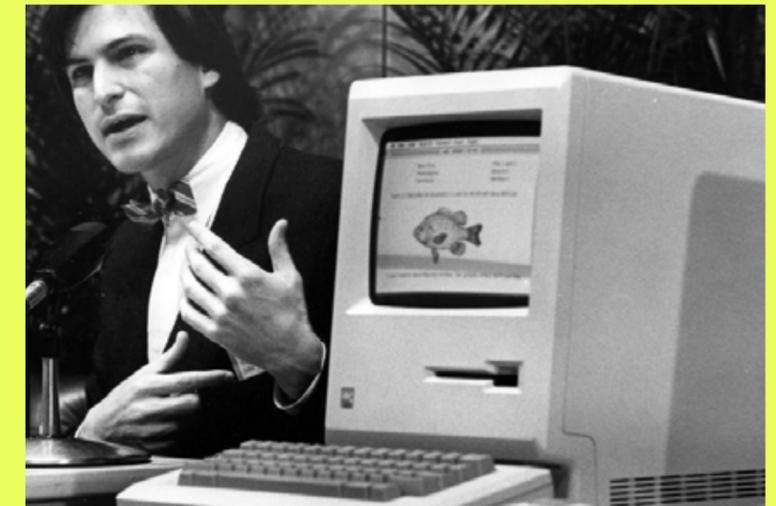
Les années 1980 voient émerger une re-professionnalisation du graphisme ce qui a pour conséquence une multiplication des codes visuels propres à chaque genre musical. Les musiciens nourrissent leur image et cherchent à devenir des marques à part entière grâce à une cohérence visuelle ; logotypes, typographies, style graphique, imagerie récurrente. Le passage de l'analogique au numérique forme également un grand tournant dans le design graphique et la musique à partir des années 1980. Cette conversion fut accélérée grâce aux innovations techniques : le compact-disc par **Philips** et **Sony** en 1981. La naissance de la PAO¹ avec le Macintosh²

¹ PAO Production Assistée par un Ordinateur

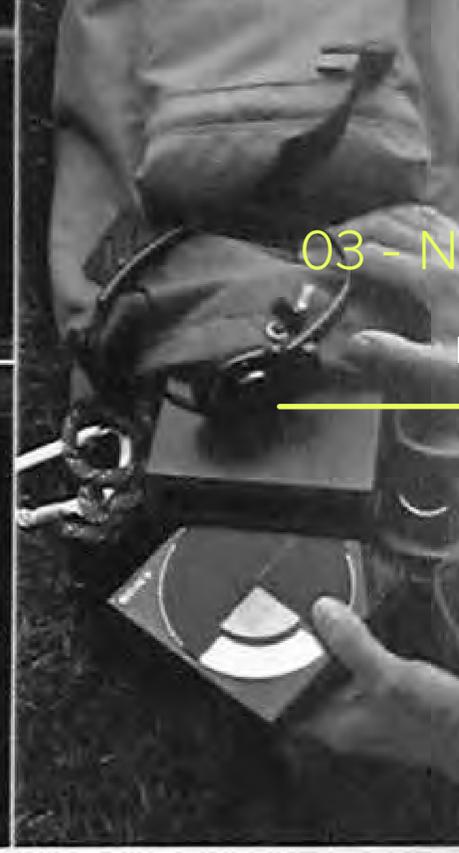
² Macintosh Premier ordinateur personnel conçu, développé et vendu par Apple.

par Apple en 1984 et la création du langage Postscript³ par **John Warnock** pour Adobe.

³ Postscript langage de description de page mis au point par Adobe.



Steve Jobs présente le premier ordinateur Macintosh, le 24 janvier 1984.



**Now
Sony turns
your
living room,
car, and
backpack
into a
concert hall.**

Since the invention of the phonograph player back in 1877, there have been a myriad of technical refinements, but the basic concept hasn't changed a bit. Until now.

Sony* has created a revolution in sound reproduction by bringing the world the first Compact Disc Player. A system that replaces the inaccuracy of the phonograph needle with the precision of the laser beam.

Imperfect record grooves with mathematically perfect computer codes. Vulnerable records with durable discs.

A system that High Fidelity magazine called "the most fundamental change in audio technology in over eighty years."

Today, while over 30 companies are joining the revolution, Sony is starting two others:

The Car Compact Disc Player. And the Portable Compact Disc Player.*

So people who want true concert hall fidelity never have to be without it.

You can audition these masterpieces of engineering at your Sony dealer now.

Or you can listen to everyone else's copy of them later.

THE ONE AND ONLY SOUND OF SONY.

Sony revolutionizes the compact disc revolution.

If there are still a few among you who have any lingering doubts as to who the leader in digital audio really is, consider the following:

On October 1, 1982, Sony* set the music industry on its ear with the creation of the world's first compact digital audio disc player.

Today, with over 30 companies joining the revolution, Sony is starting two others: The Car Compact Disc Player and the Portable Compact Disc Player.*

Combine that with the fact that the CDP-III, shown above, represents another addition to the world's largest family of home compact disc players, and one thing should become abundantly clear:

While other companies are claiming advanced circuits, Sony has taken a somewhat different course.

Advanced products.

SONY
THE LEADER IN DIGITAL AUDIO*



Fig 2.2 Premier succès CD : Brother in Arms, Dire Straits, 1985

Publicité SONY pour le Compact-Disc, 1981.

*Total supplies may be limited. © 1984 Sony Corp. of America. Sony is a registered trademark of the Sony Corporation. 1 Sony Drive, Park Ridge, NJ 07656. High Fidelity Dec. 1982. All rights reserved. Optional headsets and battery pack case may vary where purchased.

ANALYSE DU CD

Pendant les années 1990, le CD devient roi. Symbole de modernité,

peu coûteux à fabriquer, facile à transporter, le compact-disc remplace le vinyle. Cette innovation modifie l'industrie c'est pourquoi il fut très critiqué par les artistes qui lui reprochent d'annoncer la mort du graphisme et des pochettes. Pour cause devant compact, la création graphique ainsi que le format changent passant de 31x31 cm¹ à 12x12 cm². Les designers ont alors repensé leur créations en misant surtout sur le livret contenu dans le CD. Comme **Stefan Sagmeister** le dit³, une couverture de

compact-disc contient plus d'informations et se rapproche du graphisme des livres. Plaques transparentes avec éléments graphiques dissimulés sous le CD et impression sophistiquée accompagnent de nombreuses éditions à grand tirage fig.2.1. Le livret devient alors l'élément indispensable de la pochette avec un véritable travail de mise en page. Les graphistes jouent également sur l'aspect tactile de l'objet, le packaging, les textures sur les façades du support. Le premier grand succès d'un album CD est **Brother in Arms** (1985) de **Dire Straits** fig.2.2

« UNE COUVERTURE DE CD SE RAPPROCHE PLUS DU GRAPHISME DES LIVRES »

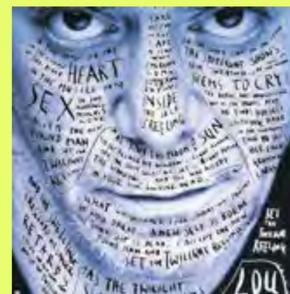


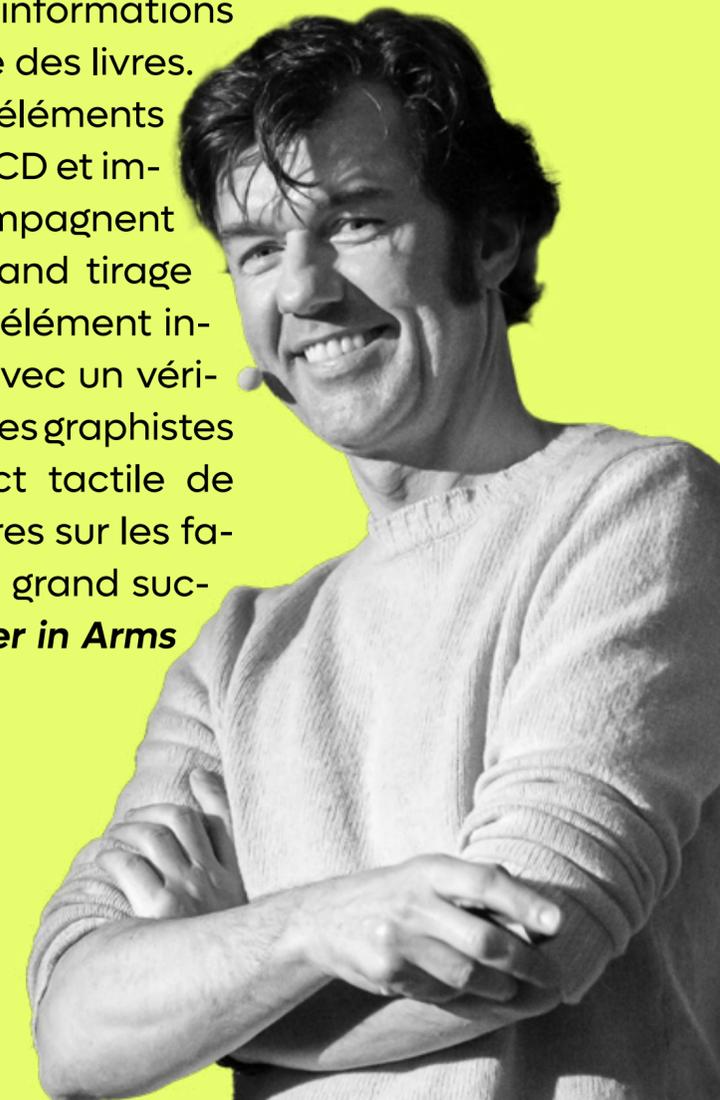
Fig2.1 Stefan Sagmeister, Lou Reed, Warners Bros, *Set the twilight reeling*, 1997.

¹ Dimension d'une pochette d'album de vinyle

² Dimension d'une pochette de compact-disc

³ Citations tirées du livre DE VILLE Nick, « Albums, créations graphique et musique » 2004, Octopus

Stephan Segmaister



RAVE

PARTY

Cette révolution numérique a fait également émerger de nouvelles

formes de créations musicales, les instruments tels que les guitares, batterie sont désormais concurrencés par les manipulations numériques réalisées par le DJ¹ sur sa table de mixage. Apparition de nouvelles pistes et sons, c'est le début du succès des DJ en tant que superstars. La modification du tempo des échantillons rythmiques, en boucle, sans modifier la fréquence des sons constitue un composant central de cette musique. Cette culture engendre une forme graphique nouvelle : le flyer. Très utilisé par la musique rave puisque leurs soirées, *rave party*², sont organisées dans des lieux

Acid junkies, djax, *Unsequenced*, 1994



Fig 3.1 George Georgiou, Shoom Club, Flyer, 1987

¹ DJ Personne qui crée des effets musicaux en manipulant des sons enregistrés.
² Rave party un rassemblement autour de la musique électronique underground, habituellement organisé en pleine nature, ou dans des lieux déserts.



changeants et ont besoin d'un moyen de communication avec leurs habitués. Les flyers et la nouvelle version du psychédéisme donnée par l'acid house³ sont des exemples particulièrement remarquables fig.3.1 de ce genre musical. Leur développement a été particulièrement révélateur des profonds changements qu'a connus le graphisme underground⁴ post-punk. L'esthétique de la lettre anonyme, les typographies découpées et collées sont très appréciées. Le flyer démontre qu'un petit budget n'est pas synonyme d'image ennuyeuse. De plus, la démocratisation de l'informatique fait également émerger de nouvelles créations graphiques notamment par le biais des logiciels de manipulation d'image tels que Photoshop.

³ L'acid house est un genre de musique électronique dérivé de la house, ayant émergé aux alentours des années 1980 à Chicago, aux États-Unis
⁴ Graphisme Underground La culture underground, ou culture alternative, est un mouvement culturel contreculturel, d'opposition à l'industrie culturelle, qui se place à l'écart des médias de masse, voire en marge de la société.



Le CD n'a pas été le seul bouleversement de la décennie. Le graphisme des albums doit affronter un choc majeur : la naissance de MTV¹. C'est l'apparition du clip vidéo². Avec la diffusion en continu de clips musicaux de trois minutes la chaîne en fait un outil marketing de premier plan, les productions et budget augmentent instantanément. Cette création n'est pas appréciée par tous le monde, je cite les **Rolling Stone** "Mtv vend des looks au moins autant que des sous". En effet la direction artis-

¹ MTV music télévision

² Court métrage tourné en vidéo, qui illustre une chanson, présente le travail d'un artiste.

tique des clips ont une grande importance et des artistes comme **Michael Jackson** l'ont compris. Avec son clip *Thriller* de quatorze minutes réalisé par **John Landis**, il donne une dimension épique au nouveau support fig.4.1. C'est un véritable court métrage avec mise en scène, chorégraphie, effets spéciaux.

Cette nouvelle forme de communication se rapproche plus du spot publicitaire que du graphisme des pochettes.



Logotype MTV

02 - NUMÉRISATION



<<< Cliquez pour
voir la vidéo



fig 4.1 Extrait clip vidéo, *Thriller*,
Mickael Jackson, John Landis
1983.

04

LA DÉMATÉRIALISATION

DIFFUSION DE LA MUSIQUE À GRANDE ÉCHELLE

Les années 2000 marquent la dématérialisation de la musique. La démocratisation d'Internet provoque une diffusion de la musique à grande échelle. C'est la mort annoncée du CD¹. Le fichier de prédilection : le MP3², ce format repousse les limites de stockages. Il permet un partage offrant rapidité, sans oublier la gratuité qui devient la face obscure de la toile avec le piratage. Ces téléchargements illégaux permettent d'accéder à des données

¹ Daniel Deshays, ingénieur du son : « L'accès au téléchargement est en train de remplacer l'achat de CD chez des disquaires qui n'existent déjà presque plus. Articulées à la fois autour des possibilités de programmation de choix personnels, mais aussi sur leur interactivité, ces banques de données ne se contenteront pas de répondre à une commande reçue, elles réagiront à celle-ci en fournissant des propositions complémentaires déduites de l'analyse des demandes effectuées au préalable par le même client. »

² Format de compression qui permet de réduire la taille des fichiers audionumériques.

afin de les importer, modifier, partager via un ordinateur. À cette période, la plateforme Napster est pionnière des services de partage de fichiers audio en pair-à-pair. Le graphisme disparaît alors, la musique devient un fichier numérique. Jean-Yves Leloup dans *Digital Magma*, propose une étude de ces phénomènes fig.5.1 .

En 2001 **Apple** crée le concept d'iTunes, une bibliothèque musicale. Son slogan : « Rip, mix and burn »³. Lancé d'abord sur Mac, il s'adapte ensuite aux premiers iPod⁴ fig.5.2. **Steve Jobs**, CEO de la marque, décide alors de trouver une alternative⁵ légale au téléchargement. L'iTunes Music Store devient

³ En français « rippez, mixez, gravez »

⁴ Ipod est un baladeur numérique conçu et commercialisé depuis 2001 par Apple

⁵ « Nous pensons que 80 % des gens qui téléchargent de la musique illégalement ne le font pas par plaisir, il n'y a juste pas d'alternative légale », explique alors Steve Jobs au critique musical Andy Langer pour Esquire

une plateforme d'achats de musiques à l'unité. Sa boutique virtuelle contient à son ouverture 200.000 morceaux. Le succès est exponentiel et cette création a permis de retrouver un système d'offre légale d'écoute. Au niveau du graphisme cette digitalisation réduit la pochette de disque aux dimensions d'une image JPEG⁶ 200x200 pixels sur un écran. Sur iTunes on retrouve des animations créées par le biais de formules mathématiques, le son est représenté visuellement par des ondes sonores, spectrogrammes⁷ sonagrammes⁸.

⁶ JPEG format standardisé d'images numériques permettant de réduire la taille des fichiers.

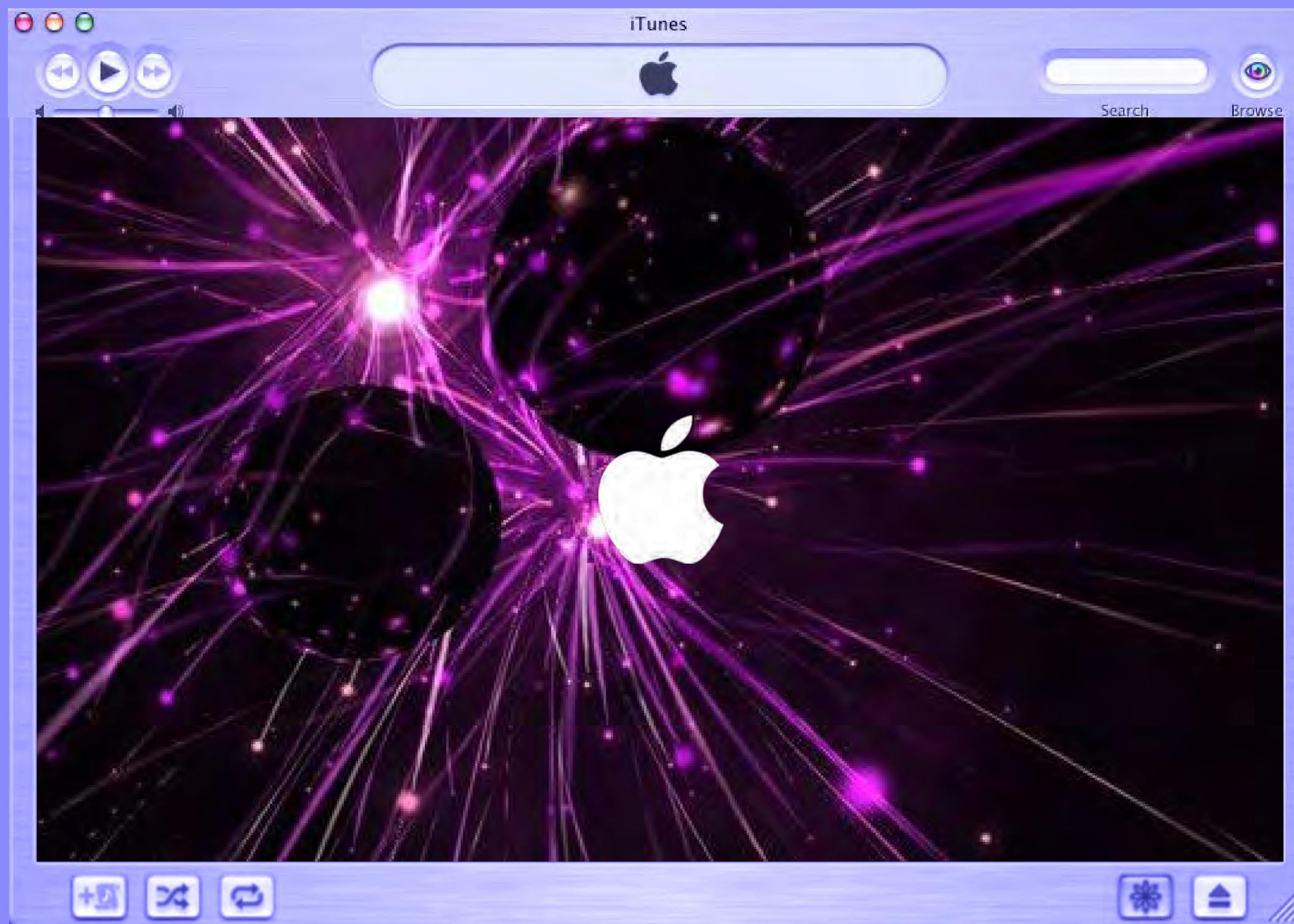
⁷ Spectrogrammes diagramme associant à chaque instant t un signal, son spectre de fréquence,

⁸ Sonagrammes image d'un signal dans une représentation fréquence-intensité, en fonction du temps



Fig 5.2 Apple, iPod, 2001.

04 - DÉMATÉRIALISATION



<<< **Cliquez** pour
voir la vidéo

Extrait animation iTunes,
Apple 2001

Fig 6.2 Kam Tang, Gnarl's Barkley, Crazy, 2006.



LES RÉSEAUX SOCIAUX : MOYEN DE VISIBILITÉ

L'explosion d'internet a provoqué une dématérialisation totale. L'auditeur ne possède plus les fichiers, ce qu'il écoute est stocké sur des serveurs. C'est l'arrivée de la musique en streaming. MySpace, Facebook, Youtube se développent et donnent la possibilité à tout amateur de diffuser gratuitement à échelle internationale leur musique. C'est le cas du groupe à succès **Arctic Monkey**, célèbre par l'intermédiaire de MySpace avant même d'avoir mis un album sur le marché fig.6.1. De même, pour **Gnarl's Barkley** avec son single **Crazy**, au sommet des classements au Royaume-Uni uniquement sur la foi des téléchargements MP3 fig 6.2. Désormais un nom de fichier dans la fenêtre playlist de Myspace constitue un fac-

teur plus décisif qu'une pochette d'album. Les musiciens jouent sur cette apparence de proximité, leur page devient une carte de visite. Sur facebook les likes des fans contribuent à une diffusion virale inégalée des médias de masse. Le *buzz*¹ est un nouveau terme qui prend de l'ampleur et se popularise. La notoriété des artistes s'accroît avec des recherches sur google².

¹ Buzz rumeur propageant un message (notamment sur internet)

² En 2012 une recherche sur google de Lady Gaga renvoie en 0.22 seconde 113 millions de résultats. Des actualités issues de la presse, des annonces concerts, des vidéo-clips, des témoignages. Il n'a jamais été aussi facile de connaître et de rechercher un artiste. Les activités en ligne forment de multiples acteurs qui contribuent à la notoriété des artistes.

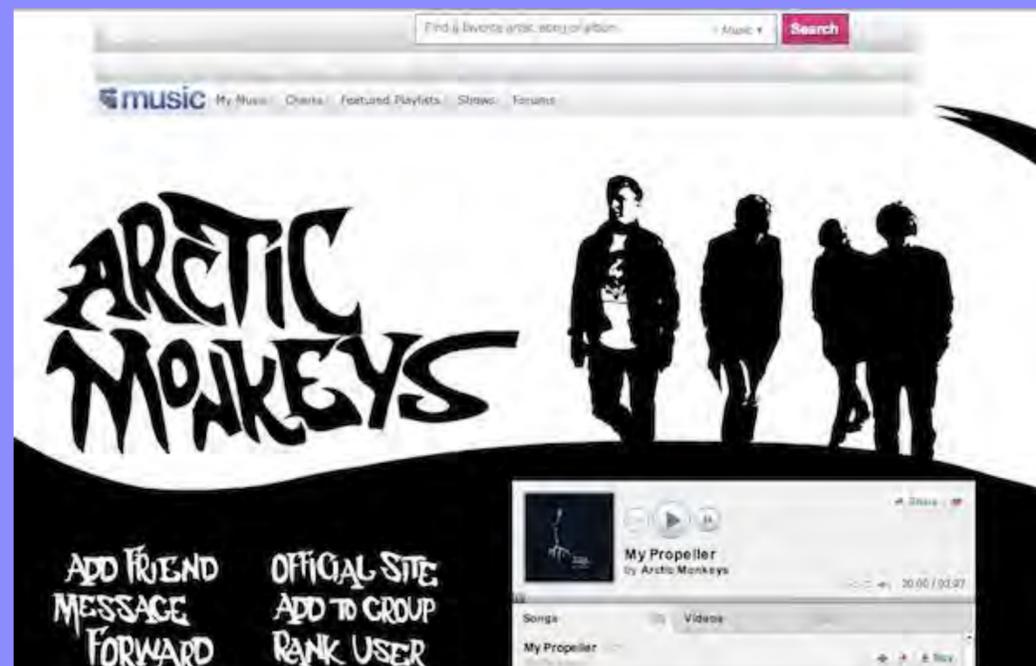


Fig 6.1 Page MySpace Arctic Monkey

DO IT YOURSELF
DO IT YOURSELF
DO IT YOURSELF



Fig 7.1 Zeiqh, JUL, *La Machine*, 2020.

Youtube fait éclore un nombre important d'artistes grâce à la vidéo. La qualité d'image s'est améliorée, le clip produit est immédiatement diffusé mondialement et devient la référence de la musique sociale. On aime le clip, on achète la musique d'un clic de souris. Chacun est libre d'en créer grâce au développement des portables, appareils photo et caméscope. L'éthique du *do it yourself*¹ apparaît. On parle de mentalité interactive, celle-ci exige d'introduire sa touche personnelle. Les habitudes de consommation changent en profondeur, la constitution de bibliothèques numériques audio se développe. L'auditeur se rapproche des pratiques des DJs composant leurs mixes. On partage sa propre musique, réalise ses clips et ses pochettes d'albums. La mentalité interactive valorise

l'action plus que le style ou même la clarté. Certains artistes en jouent et lancent des compétitions ouvertes pour créer les visuels de leur pochette. L'album des **Yeah Yeah Yeah**², celui de **JUL *La machine*** en 2020³ fig7.1. Aujourd'hui c'est soundcloud qui est venu en quelque sorte remplacer Myspace.

² Le visuel de pochette de l'album *Mosquito* des Yeah Yeah Yeah est le résultat d'une compétition ouverte que le groupe a organisée en ligne en 2013

³ JUL a sollicité ses fans via twitter pour créer le visuel de son album *La machine* en mai 2020.

¹ *Do it yourself* faire sois même

EXPÉRIENCE MUSICALE

Cette offre de streaming s'est accélérée avec l'arrivée d'applications telles que **Spotify, Deezer, Apple music**, qui ont repensé l'expérience musicale. Désormais on paye un abonnement pour une écoute en illimité. L'exemple de **Spotify** : plateforme créée en 2008, la plus importante au monde¹. Elle propose un modèle freemium² qui donne accès à plus de 60 millions de titres à travers le monde. En 2018 le numérique a dépassé le physique pour la première fois. Pour cause, en plus de la technologie, les graphistes mettent en œuvre un certain nombre de stratégies. L'*UX design*³ est pensé pour offrir une expérience personnalisée avec des playlists selon les goûts, les en-

vies. La large bibliothèque sonore permet de ne jamais lasser le consommateur. Et l'*UI design*⁴ de Spotify favorise une bonne hiérarchie visuelle qui permet aux usagers de s'orienter rapidement fig.8.1. L'organisation de son contenu dans des grilles, couleurs douces y participent. Des modes d'affichage mobile pour la conduite sont aussi conçus. La plateforme, consciente que la vidéo est le média de prédilection a récemment ajouté la fonctionnalité *Canva* : des mini-clips, *gif*⁵ fig.8.2. Le but est de tisser des liens entre artistes et fans. La pochette d'album prend vie en image 2D, 3D ou mixte et ce nouveau format attire et montre des résultats probants⁶. **Spotify** est ainsi inclus dans la promotion digitale des musiciens.

¹ En mars 2020 elle comptait 248 millions d'utilisateurs actifs mensuels contre 68 millions pour Apple Music.

² Un modèle freemium qui propose aux utilisateurs un niveau gratuit comprenant des publicités, et un abonnement premium moyennant un paiement mensuel.

³ UX design a pour objectif d'insérer du storytelling dans une expérience d'utilisation pour faire naître de l'émotion chez l'utilisateur ; son rôle est donc plus stratégique. Il prend en compte les attentes et les besoins de l'utilisateur.

⁴ UI design se rapporte à l'environnement graphique dans lequel évolue l'utilisateur d'un logiciel, d'un site web ou d'une application. La mission de l'UI designer consiste à créer une interface agréable et pratique, facile à prendre en main.

⁵ *gif* Format d'images numériques permettant de créer des images animées ou à fond transparent.

⁶ Selon une Étude de Spotify, lorsque les auditeurs voient *Canva* ils sont plus susceptibles de poursuivre leur écoute (+5% en moyenne par rapport au groupe témoin), de partager le titre (+145%), de l'ajouter à leurs playlists (+20%), de sauvegarder le titre (+1,4%) et de consulter votre page de profil (+9%).



Colors

Green #1DB95B	White #FFFFFF	Black #000000
------------------	------------------	------------------

Tipography

Aa
Circular

Components

SHUFFLE PLAY

SAVE

Your Discover Weekly

Your Daily Mix 1

Added for the new feature.

MAIN NAVIGATION

Home

HEADER

Home

MUSIC PLAY MINIMIZED

Believer - Imagine Dragons

MUSIC PLAY FULL SCREEN

0:00 / 3:24

ICONS

INPUT FIELDS

Search

Type name

SEARCH

IMAGES

BUTTONS

SHUFFLE PLAY

SHARE

CHAT

fig 8.2 Charte graphique Spotify

Grille de l'interface



MARKETING DIGITAL

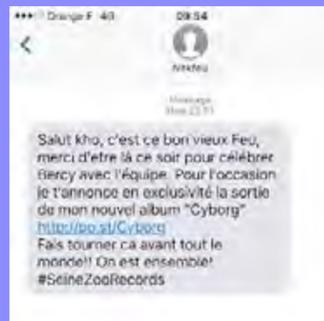
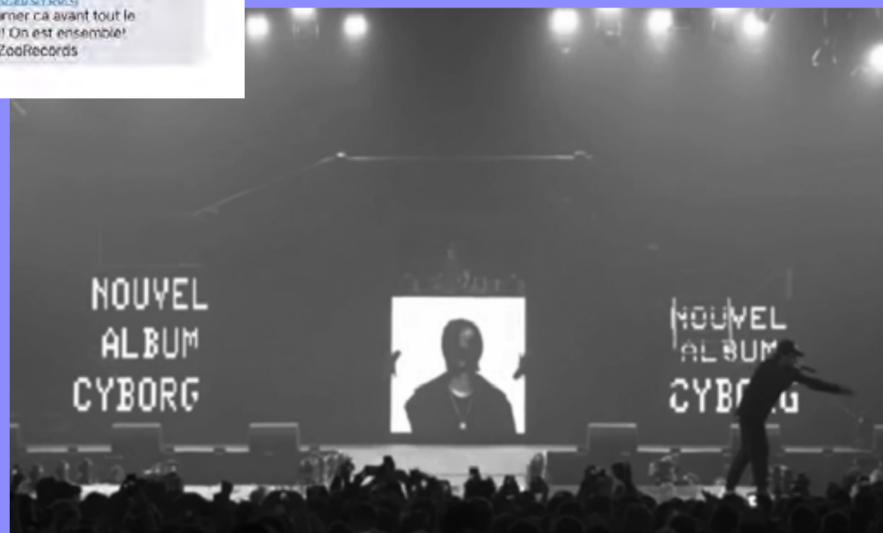


Fig 9.1 SMS annonçant la sortie du nouvel album *Cyborg* de Nekfeu durant son concert, 2016



Une promotion qui ne se passe plus du marketing digital, devenue essentiel. Gérer son image en ligne, son e-réputation, faire parler et se démarquer tout en continuant à surprendre sa fanbase pousse les artistes à redoubler de créativité. Et certains cherchent à promouvoir à l'aide de stratégies qui jouent sur l'affect des auditeurs. **Nekfeu** en 2016, joue sur l'exclusivité pour annoncer son album surprise *Cyborg* fig.9.1. Les spectateurs l'apprennent par SMS en plein concert. Un bel exemple de relation privilégiée, le sentiment d'appartenance à une communauté est alors à son paroxysme. La chanteuse **Björk**¹, elle, mise plutôt sur l'évolution des supports, en transformant son album en objets multimédias. En 2014,

¹ Björk, de son nom complet Björk Guðmundsdóttir, est une musicienne, chanteuse, auteure-compositrice-interprète et actrice islandaise

elle collabore avec les célèbres graphistes **M/M Paris** et **Scott Snibbe**, designer interactif, pour la création d'une application : *Biophilia* fig.9.2. Des algorithmes retranscrivent alors visuellement chaque son dans un univers galactique. C'était déjà l'ambition de **Peter Gabriel** dans les années 1990 avec *Xplora 1* : un disque compact interactif. Contenant 100 minutes de vidéo avec des jeux numériques, puzzles, énigmes qui permettent de déverrouiller de nouvelles zones du CD, avec du nouveau contenu à explorer. Cette véritable immersion dans le monde de l'artiste et de l'album illustre cette volonté de créer des expériences musicales fortes. L'espace et la musique sont liés : le visuel devient indissociable du son.



04 - DÉMATÉRIALISATION

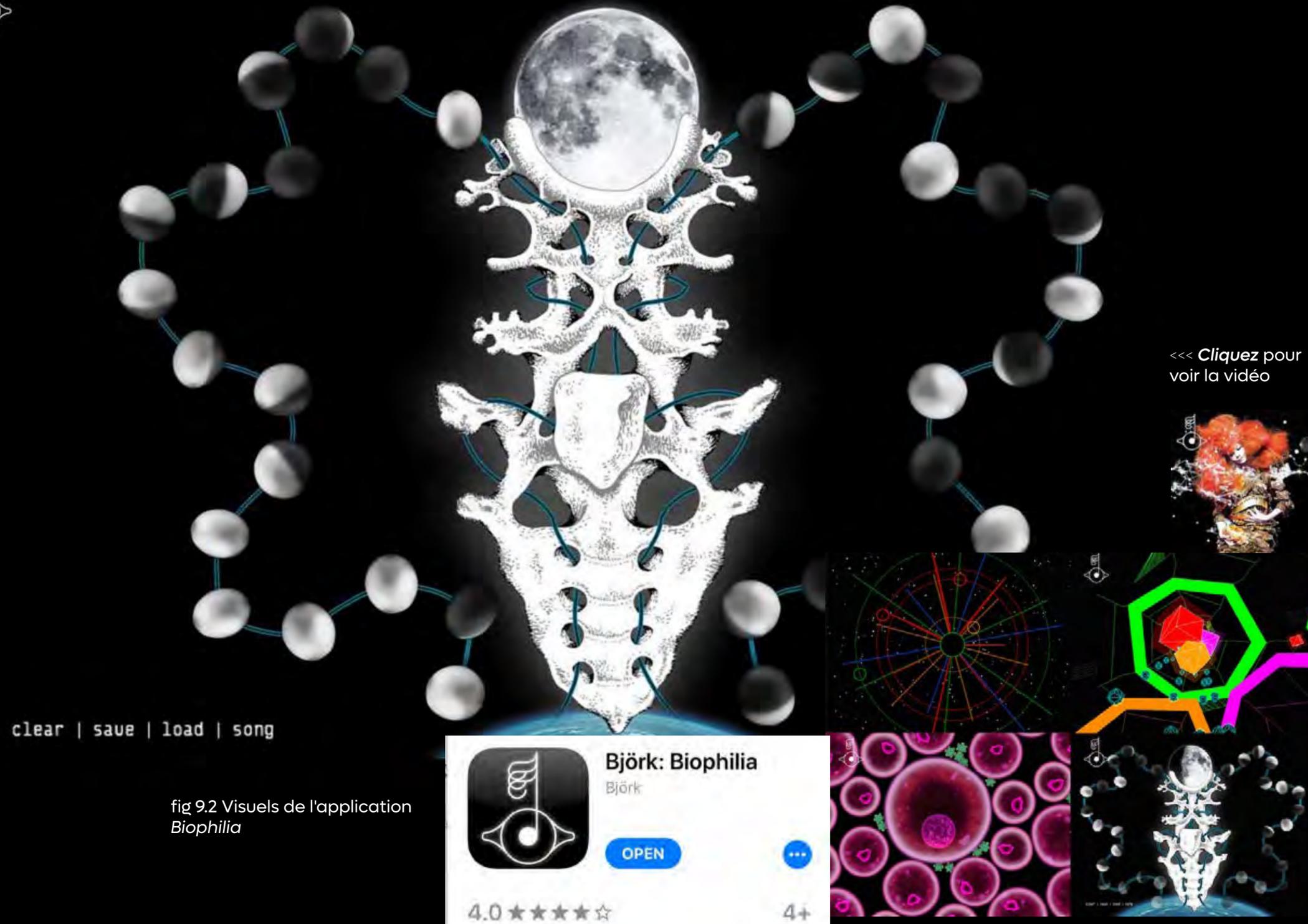


fig 9.2 Visuels de l'application *Biophilia*

La chanteuse **Björk**¹, elle, mise plutôt sur l'évolution des supports, en transformant son album en objets multimédias. En 2014, elle collabore avec les célèbres graphistes **M/M Paris** et **Scott Snibbe**, designer interactif, pour la création d'une application : ***Biophilia*** fig.9.2. Des algorithmes retranscrivent alors visuellement chaque son dans un univers galactique.

¹ Björk, de son nom complet Björk Guðmundsdóttir, est une musicienne, chanteuse, auteure-compositrice-interprète et actrice islandaise

04 - DÉMATÉRIALISATION

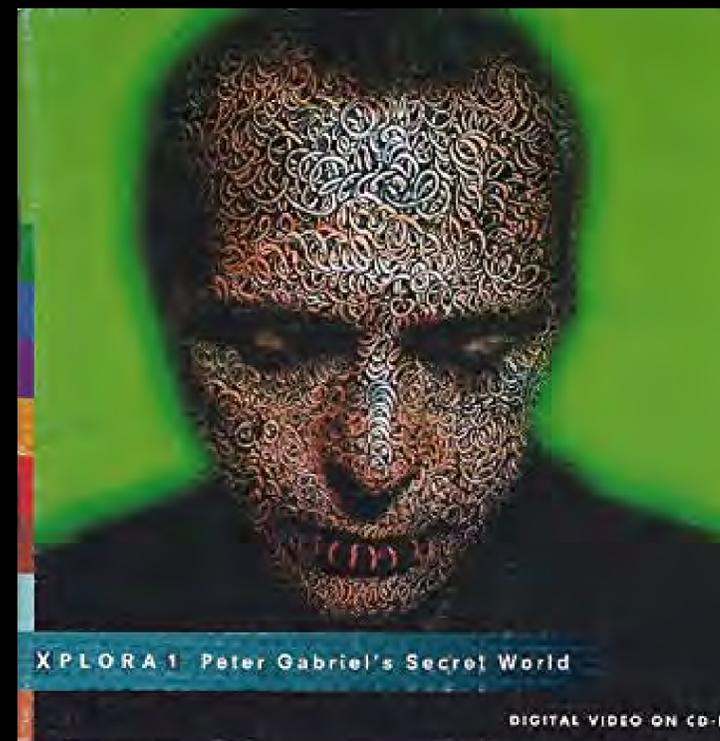
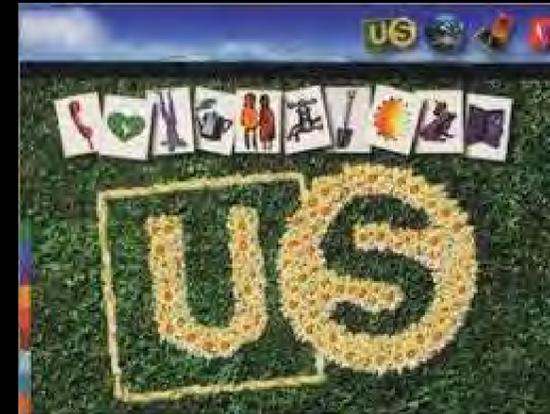


fig 9.3 Jeux présent dans
XPLORA 1

C'était déjà l'ambition de **WPeter Gabriel** dans les années 1990 avec *Xplora 1* : un disque compact interactif fig.9.3. Contenant 100 minutes de vidéo avec des jeux numériques, puzzles, énigmes qui permettent de déverrouiller de nouvelles zones du CD, avec du nouveau contenu à explorer. Cette véritable immersion dans le monde de l'artiste et de l'album illustre cette volonté de créer des expériences musicales fortes. L'espace et la musique sont liés : le visuel devient indissociable du son.

L'IMAGE EN CONCERT, VJING & PERFORMANCE

SCÉNIQUE

Cette volonté d'interaction et d'immersion avec les spectateurs se trouve également lors des concerts. Ils sont le revenu le plus important pour les artistes car les ventes streaming rapportent peu. Ainsi, très vite partager sur les réseaux sociaux ou même diffuser en live, les shows font le tour du monde en quelques minutes. Cela pousse les artistes à repenser l'image en concert. Leurs performances deviennent de véritables spectacles visuels et les nouvelles technologies sont leurs alliés : *Motion Design*¹, *Vjing*. Le sigle VJ vient de la contraction du mot latin « *video* » (« je vois ») et de l'anglais « *jockey* » (conduire, manœuvrer), s'inspirant ainsi du terme DJ, propre à la musique. Il s'agit d'un terme large qui désigne la performance visuelle en temps réel. Le *VJing* est caractérisé par la création, manipulation de l'image synchronisée avec la musique via la projection et en direction d'un public. L'usage écrit du terme a fait son apparition en mai 1980 dans une boîte de nuit à New York, appelée **HURRAH**.

¹ Motion design, aussi appelé animation graphique, graphisme animé, conception du mouvement ou conception graphique animée est une forme d'art visuel consistant à créer des œuvres animées ; il implique d'utiliser le mouvement comme principal outil graphique et artistique.



04 - DÉMATÉRIALISATION



<<< Cliquez pour voir la vidéo

Fig 10.1 VJ RIEN,
Dour Festival, I
Hate models 2019



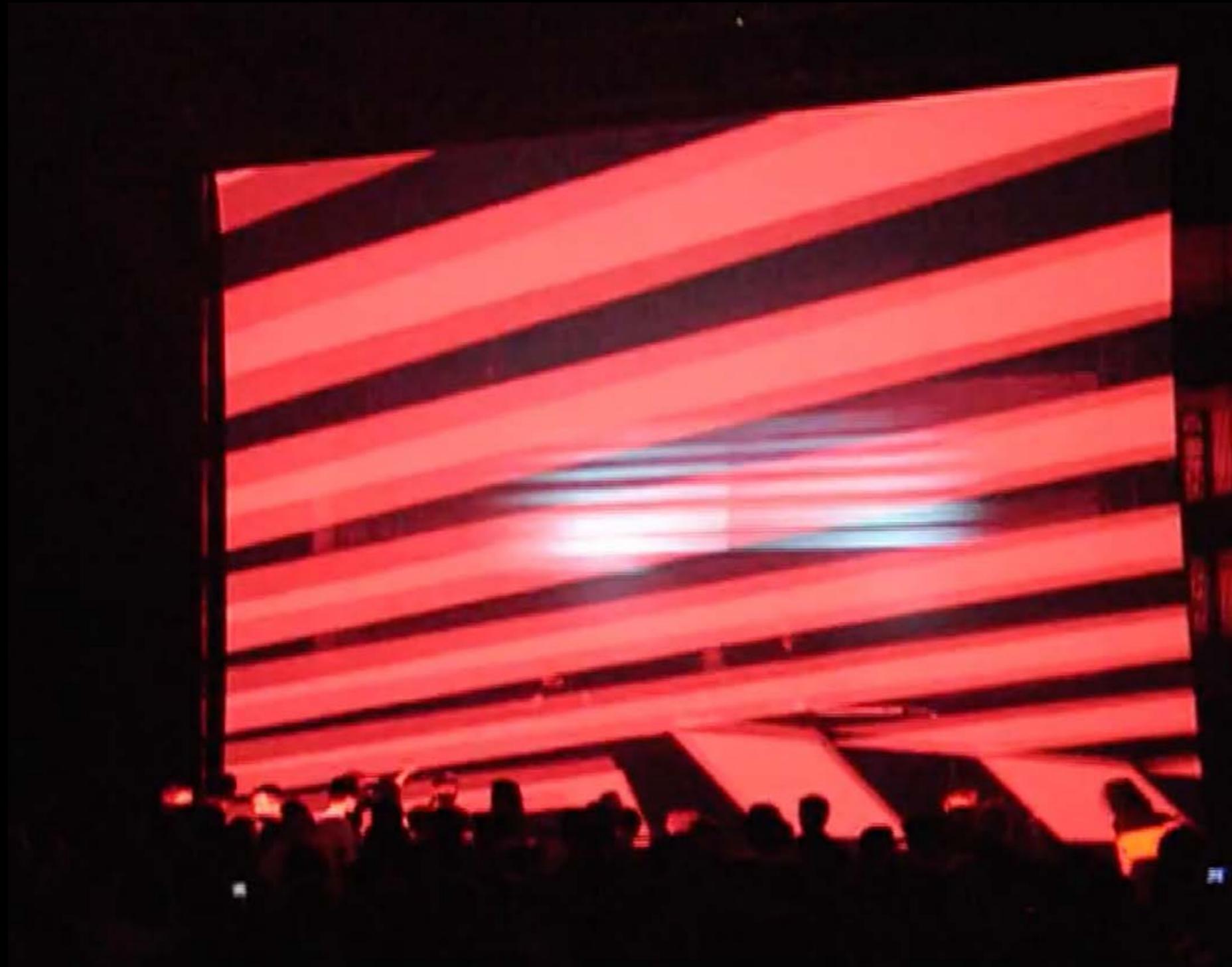
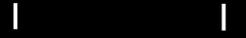
<<< Cliquez pour voir la vidéo

Tommy Four Seven
x FEMUR | Vjing du-
rant des lives

L'essor du VJ est intimement lié à l'émergence et aux succès de la scène techno qui crée de nouveaux espaces festifs valorisant autant l'esthétique visuelle que l'acoustique, une véritable expérience visuelle se crée alors. Cette esthétique se développe également beaucoup lors des festivals. Le duo **VJ Rien** pour le groupe techno **I Hate Models** au Dour festival fig.10.1. Les sets de VJ utilisent souvent des fractions de vidéo tirées de diverses références culturelles, cinématographiques, associées à des effets numériques tels que le glitch. Ils utilisent également leur compétence en *motion design* pour réaliser des animations 2D ou 3D. La 3D en pleine essort remporte un franc succès qui permet de se démarquer et d'en mettre plein la vue au spectateur.

C'est le cas **Pfadfinderei**, un studio de design et d'animation graphique basé à Berlin spécialisé dans la scénographie des médias interactifs. Ils ont travaillé sur les tournées de **Paul Kalkbrenner**, **Moderat** et **Modeselektor**. Synchronisant la musique avec une lumière minimale, des couches 3D et de la vidéo. Ils ouvrent des perspectives différentes sous tous les angles du public fig.10.2. Aujourd'hui le VJ s'est développé aux autres genres musicaux et anime les concerts des plus grandes stars offrant une scénographie visuelle immersive pour les fans. Par exemple pour le Summer Tour de **Céline Dion** en 2016, **Rémi Dubois** aka **VJ Remos** à travailler sur la direction artistique, *vjing* du spectacle.

04 - DÉMATÉRIALISATION



<<< *Cliquez* pour
voir la vidéo

Fig 10.2
Pfadfinderei,
*Pfadfinderei Live
Show*, 2010

05 - CONCLUSION

Nous avons vu comment le numérique a fait évoluer l'industrie musicale et graphique depuis 1980. Les supports vinyle et CD ont été délaissés même si quelques collectionneurs subsistent avec la tendance du *Vintage*. La dématérialisation pousse les artistes à rechercher une image nouvelle. Pour se différencier les musiciens deviennent des marques et commercialisent des produits dérivés, des vêtements, des bijoux... Dans cette idée de proximité avec leurs auditeurs, des documentaires sur les stars se développent sur les plateformes de streaming : **Orelsan** sur Amazon Prime fig.11.1. Les supports sont remis en question et l'audiovisuel via Youtube devient le format de masse pouvant être visionné plusieurs centaines de millions de fois. Les Arts numériques permettent une nouvelle approche de communication qui place le consommateur au centre du processus. Les outils de design se perfectionnent apportant de nouvelles so-

lutions à la création avec l'émergence du *motion design* et de la 3D. Des nouveaux genre musicaux s'en empare tel que *l'Hyperpop*¹, proposant des visuels marquants, originaux, offrant une mixité de techniques. Ce mouvement singulier utilise les codes de la musique populaire et d'internet (*mème*², *effets glitches*, *rave party*...) fig.11.2

Les performances musicales transmédias sont le futur avec le développement des lives musicaux, comme **Fortnite**³ qui organise maintenant des concerts en ligne

¹ *Hyperpop* : micro genre musical, caractérisés par une approche maximaliste ou exagérée de la musique populaire. Les artistes étiquetés avec le label intègrent généralement des sensibilités pop et avant-gardistes, s'inspirant des tropes de la musique électronique, hip hop et dance.

² *Mème* : image virale visant à transmettre un message via les réseaux sociaux. Le format est souvent utilisé par les community managers pour jouer sur les codes de la culture web moderne et amuser leur audience.

³ *Fortnite* : Fortnite est un jeu en ligne développé par Epic Games sous la forme de différents modes de jeu qui partagent le même gameplay général et le même moteur de jeu.

et en direct. **Astronomical**, le concert futuriste de **Travis Scott** sur la plateforme en 2020, fut un grand succès rassemblant 12,3 millions de joueurs en simultané : un record. Des produits dérivés sont même mis en vente sur le jeu. fig.11.3 Dans cette poursuite de volonté d'expérience immersive, on peut imaginer une intensification de ce genre d'événement et de l'utilisation de la réalité virtuelle avec l'intérêt grandissant pour le metaverse⁴. Ainsi on peut se demander :

Comment les artistes et designers vont utiliser ce potentiel technologique et les plateformes sociales pour représenter la musique avec des visuels et de l'interactivité d'une manière tout aussi engageante qu'un concert live ?

⁴ *Métaverse* : monde virtuel fictif. Le terme est régulièrement utilisé pour décrire une future version d'Internet où des espaces virtuels, persistants et partagés sont accessibles via interaction 3D.



Fig 11.1 Orelsan, *MONTRE JAMAIS ÇA À PERSONNE*, Série documentaire Amazon PRIME, 2021

05 - CONCLUSION



fig.11.2 SOPHIE. SOPHIE —
Faceshopping (Official Video), 2018.

<<< Cliquez pour
voir la vidéo



<<< Cliquez pour
voir la vidéo

645AR. 645AR - Yoga (Official
Video), 2020.

05 - CONCLUSION



<<< Cliquez pour
voir la vidéo

ASTRO
NOMICAL



Travis Scott, Astronomical, Epic
Games Fortnite, 2020

07 - BIBLIOGRAPHIE

BIBLIOGRAPHIE

BASTARD Irène, Marc , Sisley MAILLARD, et François MOREAU. « De la visibilité à l'attention : les musiciens sur Internet ». *Reseaux* n° 175, no 5 (15 novembre 2012): 19-42

BLONDEAU Nicolas, « De nouveaux modèles pour une bibliothèque musicale hybride » 2012, *Musique en bibliothèque*, page 127 à 156.

BRABANT Eric, «Le graphisme dans la musique » 1972, *Communication et langages*, n°14, 1972. pp. 29-42.

LE DIBERDER Alain, CHANTEPIE PHILIPPE, « Révolution Numérique et Industries culturelles » 2010, Édition La Découverte.

LELOUP Jean-Yves, « Digital magma, de l'utopie des raves parties à la génération Ipod », 2006, Scali.

DE VILLE Nick, « Albums, créations graphique et musique » 2004, Octopus, 254 pages.

App Store. « *Biophilia* ». Consulté le 13 octobre 2021. <https://apps.apple.com/fr/app/biophilia/id434122935>.

Augustin. « Accompagner le son par le visuel ». *Index Grafik* (blog), 31 octobre 2013. <http://indexgrafik.fr/accompagner-le-son-par-le-visuel/>.

« Avec le confinement, les concerts dans les jeux vidéo se multiplient ». Consulté le 21 décembre 2021. <https://www.tsugi.fr/avec-le-confinement-les-concerts-dans-les-jeux-video-se-multiplient/>.

BACKPACKERZ. « Comment le monde de la musique se prépare au futur du live », 13 septembre 2020. <https://www.thebackpackerz.com/futur-live-dossier/>.

« Bilan 2019 : TOP 5 des opérations Musique & Marketing de l'année ». Consulté le 3 décembre 2021. <https://www.lesondopamine.fr/musique-marque/bilan-2019-top-5-musique-marketing/>.

« *Clip* ». In *Wikipédia*, 13 octobre 2021. <https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Clip&oldid=187105868>.

« Design : punk forever ! » *Le Monde.fr*, 6 janvier 2020. https://www.lemonde.fr/m-styles/article/2020/01/06/design-punk-forever_6024922_4497319.html.

« Fortnite présente la série Onde sonore, des spectacles musicaux inaugurés par Mohamed Hamaki ! » Consulté le 21 décembre 2021. <https://www.epicgames.com/fortnite/fr/news/fortnite-presents-the-sound->

[wave-series-musical-shows-kicking-off-with-mohamed-hamaki](https://www.echiroilles-centredugraphisme.com/pop-music-1967-2017-graphisme-et-musique).

FranceSoir. « Streaming musical: L'application Spotify pourrait bientôt vous écouter », 3 février 2021. <https://www.francesoir.fr/culture-medias/streaming-musical-lapplication-spotify-devient-plus-intelligente-et-intrusive-et>.

« iTunes, grandeur et décadence | Les Echos ». Consulté le 3 décembre 2021. <https://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/itunes-grandeur-et-decadence-1027710>.

« Jul enflamme la toile avec son concours de cover pour l'album La Machine, les visuels créés sont époustouflants ». Consulté le 3 décembre 2021. <https://www.13or-du-hiphop.fr/2020/05/04/jul-enflamme-la-toile-avec-son-concours-de-cover-pour-lalbum-la-machine-les-visuels-crees-sont-epoustouflants/>.

La boîte verte. « Une représentation graphique des notes de grands classiques », 20 septembre 2018. <https://www.laboiteverte.fr/une-representation-graphique-des-notes-de-grands-classiques/>.

« Le duo RIEN. nous en dit plus sur le métier de VJ - Melting Point Magazine ». Consulté le 3 décembre 2021. <https://meltingpointmagazine.com/le-duo-rien-nous-en-dit-plus-sur-le-metier-de-vj/>.

« POP MUSIC 1967-2017. Graphisme et musique | Echiroilles.Centre du graphisme ». Consulté le 21 octobre 2021.

SITOGRAPHIE

<https://echiroilles-centredugraphisme.com/pop-music-1967-2017-graphisme-et-musique>.

« Quand graphisme et musique se confondent - étapes »: Consulté le 3 décembre 2021. <https://etapes.com/quand-graphisme-et-musique-se-confondent/>.

SIEGEL Dimiri « Le cercueil du graphisme Un clou de plus dans Anarchie créative », PDF Free Download ». Consulté le 13 octobre 2021. <https://docplayer.fr/12784970-Le-cercueil-du-graphisme-un-clou-de-plus-dans-anarchie-creative-suivi-de-par-kalle-lasn-par-dmitri-siegel.html>.

SPOTIFY « Spotify for Artists | Canvas ». Consulté le 20 octobre 2021. <https://canvas.spotify.com/fr-fr>.
« Stage11 - Reimagining Music for the Metaverse ». Consulté le 21 décembre 2021. <https://stage11.com/>.

« Vidéo-jockey — Wikipédia ». Consulté le 3 décembre 2021. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Vid%C3%A9o-jockey>.

VIEWS « Quand les artistes redoublent de créativité pour promouvoir leurs albums - Views ». Consulté le 21 octobre 2021. <https://views.fr/2018/04/25/quand-les-artistes-redoublent-de-creativite-pour-promouvoir-leurs-albums/>.

WATKINS Chris « How Spotify's user experience is helping them win the streaming wars UX Collective ». Consulté le 20 octobre 2021. <https://uxdesign.cc/ui-analysis-spotify-31f3855a1740>.

VIDÉOGRAPHIE

645AR. 645AR - Yoga (Official Video), 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=s0PCMNels-s>.

BE-AT.TV. **Tommy Four Seven x FEMUR** | RAW Escape From Reality 2 | BE-AT.TV, 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=uVc5XUZlui4>.

« björk: full biophilia app suite - YouTube ». Consulté le 13 octobre 2021. https://www.youtube.com/watch?v=dikvJM__zA4.

HATE. 1NN3RT1ME: **I Hate Models x FEMUR** (A/V Show 4h), 2020. https://www.youtube.com/watch?v=z_EmuZyhqMU.

« Jonathan Belolo (Stage11) : Métavers, l'avenir des concerts virtuels - 18/10 ». Consulté le 26 décembre 2021. https://www.bfmtv.com/economie/replay-emissions/le-grand-journal-de-l-eco/jonathan-belolo-stage11-metavers-l-avenir-des-concerts-virtuels-18-10_VN-202110180465.html.

Marshmello Holds First Ever Fortnite Concert Live at Pleasant Park.

Consulté le 21 décembre 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=NBsCzN-jfvA>.

P.dro. **VJ RIEN x I HATE MODELS** [RAW] - DOUR 2019, 2020. <https://vimeo.com/395736031>.

Pfadfinderei. *Pfadfinderei Live Show*, 2010. <https://vimeo.com/14477974>.

SOPHIE. SOPHIE — *Faceshopping* (Official Video), 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=es9-P1SOeHU>.

Structured Collective. **Makaton (live) X VJ RIEN** .- Presentation STRCTRD02 Streaming, 2020. https://www.youtube.com/watch?v=z__o54mPAxg.

« Travis Scott and Fortnite Present: Astronomical (Full Event Video) - YouTube ». Consulté le 21 décembre 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=wYeFAIVC8qU>.

LAURINE ALFONSO FERREIRA
DN MADe Graphisme Supports Connectés
ésaat Roubaix - Promotion 2022

