

Résumé du projet de thèse

Ludivine Cottier – Université de Lausanne

***L'art (au sein) du clip musical.
Enjeux et discours d'un échange artistique***
(titre provisoire)

Sous la direction de Valentine Robert (Histoire et esthétique du cinéma)
et Nathalie Dietschy (Histoire de l'art)

Printemps 2023

Sujet et objectifs

S'il est encore régulièrement envisagé comme un outil commercial lié aux chaînes de télévision comme MTV¹, qui en initie la production au début des années 1980 et en dicte alors le format², le clip musical devient, à l'ère du numérique, de plus en plus indépendant de ce premier médium. Se développant massivement au sein des diverses plateformes de diffusion comme YouTube ou Dailymotion, le clip évolue rapidement, sa forme se modifiant et s'adaptant aux nouvelles technologies. Permettant une forte diffusion internationale, pouvant être visionné sur de nombreux supports (smartphones, panneaux publicitaires etc.) et offrant la possibilité aux chanteurs et chanteuses de véhiculer leur univers artistique sur les réseaux sociaux, le clip est aujourd'hui devenu un moyen incontournable de la construction de leur image.

Par son association à ces nouveaux dispositifs sur lesquels il est désormais visionné, le clip subit de nombreuses transformations organisationnelles et discursives, engendrant aussi de nouvelles définitions des personnes et des objets qu'il implique³. Envisagé dans un premier temps comme un médium lié à l'art contemporain – d'où son entrée dans les institutions muséales qui en font la promotion dès les années 1980⁴ –, il est parfois associé à la production publicitaire ou à la vidéo amateur, désormais le plus souvent laissé de côté par les musées au profit des écrans de festival de cinéma. Or, au tournant du XXI^{ème} siècle, certains créateurs de clips musicaux développent un jeu visuel avec des modèles iconographiques repris de l'art (pictural et sculptural, surtout).

¹ Julien Péquignot et Laurent Jullier, *Le clip : histoire et esthétique*, Paris, Armand Colin, 2013, p.38.

² Voir l'analyse d'Andrew Goodwin, *Dancing in the Distraction Factory*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1992), p.38.

³ Julien Péquignot, « Dispersion des écrans et normalisation du spectateur », *Revue d'esthétique*, n°2, 2014, p.4.

⁴ Marie Vicet, « Quelle place pour le clip vidéo au musée ? De sa reconnaissance muséale à sa remise en question, à travers trois expositions françaises (1985-2007) », *exPosition*, n°3, octobre 2017, consulté le 02.07.2022. http://www.revue-exposition.com/index.php/articles3/vicet-clip-video-musee-expositions-france#_ftn10

Les œuvres d'art (majoritairement pictural et sculptural) constituent régulièrement une référence dans les domaines de la publicité, du cinéma ou de la photographie et il n'est donc pas étonnant qu'elles se retrouvent dans les clips musicaux. Présentées selon des degrés d'appropriation variable dans ces différents domaines, les œuvres choisies permettent non seulement d'interroger la relation entre les médiums, leurs créateurs et acteurs et les nouveaux rapports ainsi créés – quel emprunt (source iconographique), selon quel mode (citation verbale, réincarnation etc.), dans quel registre (parodique, satirique etc.) – mais aussi de questionner les problématiques « hiérarchies des arts ». Quelle motivation induit alors la présence de références à ces arts « consacrés » et institutionnalisés au sein du clip ?

Nous faisons l'hypothèse que ces emprunts pourraient révéler une certaine tentative des créateurs de clips pour légitimer « artistiquement » leur pratique et leur objet, mais que cette démarche d'appropriation s'intègre aussi dans un processus inverse, ou complémentaire, de popularisation et de démocratisation des références et institutions artistiques. Le choix des références et ce qu'elles mettent en jeu, les modalités de ces réappropriations et échanges culturels seront ainsi au cœur de notre questionnement.

Problématique et méthodologie

Plusieurs hypothèses seront traitées au sein de cette recherche. Il s'agira dans un premier temps de définir notre objet d'étude, de tracer son histoire et celle de ses relations intermédiaires, afin d'offrir un ancrage historique, artistique, politique et social à notre recherche. L'hétérogénéité des études sur le clip et les nombreuses définitions qui en découlent, issues de domaines de recherches différents, constituent en effet un indice précieux sur les relations que cet objet tisse, dès ses débuts, avec les autres formes culturelles (cinéma, télévision, art vidéo, publicité etc.). Nous nous arrêterons sur les multiples intégrations possibles de l'art au sein du clip (dont la terminologie sera à produire et adapter), afin de répondre aux problématiques suivantes : quel(s) rapport(s) le clip musical entretient-il avec l'art visuel et ses institutions ? De quelle manière ces rapports influence(nt)-il(s) la forme de celui-ci, et réciproquement ?

Il est nécessaire de préciser que nous choisissons de privilégier les échanges avec l'art pictural et sculptural, ces derniers constituant la majorité de ces rapports (sources iconographiques, mais aussi gestes artistiques, environnement, etc.), même si nous observerons aussi les liens avec les pratiques moins représentées (BD, Street art, etc.). Ainsi seront abordées les créations originales de clips par des artistes plasticiens ; la reconstitution d'œuvres (par exemple le tableau vivant) au sein du clip et leur portée discursive (politique, sociale) ; le clip au musée et le musée dans le clip ; et, enfin, les produits dérivés autour du clip (pochette d'album, performances *live*, etc.) comme création d'un univers artistique.

Dans une démarche qui se veut en adéquation avec la contemporanéité du sujet choisi, notre recherche mélangera les sources et les méthodes, prenant appui non seulement sur la littérature secondaire, mais également sur des éléments situés en-dehors de nos disciplines, qui permettront d'aborder le contexte de production, de diffusion et de réception du clip musical. Après avoir fourni une approche historiographique et sociologique de l'objet-clip, nous prendrons appui sur une méthode comparative de la relation entre les arts plastiques et le clip musical, inspirée de recherches similaires réalisées pour les autres médias. Une fois notre corpus formé selon une méthodologie qu'il nous faudra orienter (modèle iconographique ou

organisationnel, mode d'intégration, réception critique), il s'agira de mêler les méthodes de l'analyse d'images et de séquences, de musique et de texte.

Après la réalisation et la production, nous prendrons en compte la réception de ces objets, particulièrement intéressante dans le cas des plateformes internet qui induisent la participation spectatorielle⁵. Il s'agira alors de faire intervenir les sources suivantes : blogs d'amateurs, commentaires sur les plateformes de diffusion, concours populaires (MTV Awards), réseaux sociaux, ainsi que l'analyse de discours par la presse écrite et audiovisuelle, afin de dégager les réactions du « grand public » et du public « spécialisé ». Celles-ci constitueront l'apport essentiel aux études de cas, car elles permettront d'analyser le clip musical non seulement dans sa forme, mais aussi dans sa fonction.

Le fait d'envisager le clip musical à travers une approche intermédiaire, liant l'histoire de l'art et l'histoire des médias, nous semble une méthode adaptée à l'évolution du clip jusque-là surtout cantonné dans les études portant sur les médias de communication et sur l'industrie musicale. De même, le développement de nouveaux outils d'analyse et l'utilisation de sources inhabituelles et ultra-contemporaines nous paraissent constituer un apport inédit et considérable aux disciplines de l'histoire de l'art et de l'histoire du cinéma, élargissant les champs d'étude et les méthodes jusqu'alors privilégiés.

⁵ Julien Péquignot, « Dispersion des écrans et normalisation du spectateur », *op.cit.* p.1.