

Video-musique ou Clip

Locarno 4a Triennale
Vidéo

La video-musique naît dans la moitié des années '70 par l'initiative de quelques musiciens rock qui cherchaient un nouveau langage pour traduire leurs compositions musicaux.

Par video-clip on entend un mini-film à caractère spectaculaire, souvent construit sur une histoire, d'autres fois sur des documents, des actions, des personnages, réalisé sur un script extrêmement concis dans les concepts et la durée: la chanson ou le morceau musical. La réalisation est de technique mixte, cinématographique et électronique.

1983 Jusqu'aujourd'hui ont été produits dans le monde, surtout en Angleterre et aux Etats-Unis, environ 2500 oeuvres; du financement initial par les artistes on est passé au financement par les firmes discographiques qui après assurent la diffusion commerciale du disque et de la video-clip. Après un début où l'image était redondante par rapport à la musique, on a commencé à procéder par analogies, en donnant ainsi vie à des oeuvres créativement très indépendantes, quoique toujours en corrélation au script musicale du début.

Souvent les musiciens mêmes ont été leurs propres metteurs en scènes, mais plus encore des jeunes provenant du monde des media avec une culture visuelle qui empreinte le plus au cinéma, mais aussi à la TV, à la peinture,

aux mouvements du théâtre, des arts graphiques et aussi au video-art.

On parle de culture visuelle, parce que, comme on l'a déjà dit, le script, le texte, ou bien la base musicale est toujours déjà prête quand on commence à préparer le video-clip.

Le devoir du metteur en scene est donc focalisé surtout sur la création des images et sur leur succession suivant différentes techniques de montage.

C'est pour cette raison que on naît metteur en scene de video-clip, on ne peut pas le devenir si on a déjà été contaminé par des formes du spectacle classique.

Les efforts du metteur en scene sont donc concentrés sur le langage. En devant réaliser un mini-film d'environ 4', le temps du récit cinématographique doit être énormément fragmenté. Il est donc nécessaire d'utiliser

le flashback, le ralenti, le changement continu de plan, les fondus enchainés, les volets qui permettent en tout cas de développer une trame accomplie et fascinante avec un rythme très rapide.

La psychanalyse aussi, dans ses symboles les plus connus, le monde des mythes et des RÊVES EN ~~réels~~ fait partie, comme culture déjà acquise de l'imaginaire des video-clips;

Plusieurs comparent le langage de la publicité à celui des videos. D'après nous, c'est le temps marqué rapidement par le rythme rock qui ^a poussé les

METTEURS EN SCENE DES VIDEO=CLIPS VERS CETTE NOUVELLE GRAMMAIRE QUI EST ~~×~~
ensuite devenue part du langage publicitaire.

Comme les videogames, instruments d'utilisation difficile et d'aucun plaisir pour ceux qui ne sont pas très jeunes, la videomusique aussi est extrêmement focalisé sur une generation de spectateurs. Seul les jeunes qui trouvent dans la musique, sans distinction entre les classes sociales, les valeurs de leur culture arrivent à utiliser de maniere intelligible ce nouveau moyen.

La videomusique est toujours la création d'un collectif tres nombreux;
à la réalisation d'un video participent des dizaines de personnes, plus que pour le disque.

Si le video-art est une création tres souvent artisanale faite par un seul, la videomusique est l'expression d'un groupe. Le video-art peut se permettre de ne pas avoir de limites de temps, d'espace, d'expression, tandis que la video-musique travaille à l'interieur de ~~xxx~~ codes tres precis qui sont d'un coté delimités par la source (producteur, firme discographique, artiste) et de l'autre le destinataire (station TV, marché, public).

Un video-clip coûte en moyenne entre 20.000 et 80.000 dollars; année apres année il connaît une diffusion croissante. Aux U.S.A. un canal de cable avec plus que 10.000 abonnés en trasmet 24 H. par jour.

Construire un produit qui est en même temps artistique et commercial

DEMANDE UNE CERTAINE PRUDENCE pour ne pas risquer de ~~rendre~~ rendre enfatique
un message souvent ~~tes~~ simple et direct~~e~~. C'est pour cela que les
video-metteurs en scene mettent souvent devant leur objectif une loupe
deformante: l'ironie.

Michela Moro
5, corso Magenta
Milano, Italie
ph. 02-8052471

Paolo Giaccio
RAI-I4, viale Mazzini
Roma, Italie
ph. 06-381851