

## ÉCRANS, MÉDIATIONS ET AUTHENTICITÉ DANS LE CONCERT *POP* : DEUX CAS D'ÉTUDE

[Giulia Sarno](#)

Éditions Mélanie Seteun | « [Volume !](#) »

2021/2 18:2 | pages 151 à 163

ISSN 2117-4148

ISBN 9782913169678

DOI 10.4000/volume.9768

Article disponible en ligne à l'adresse :

-----  
<https://www.cairn.info/revue-volume-2021-2-page-151.htm>  
-----

Distribution électronique Cairn.info pour Éditions Mélanie Seteun.

© Éditions Mélanie Seteun. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

**VOLUME!**

## Volume !

La revue des musiques populaires

18 : 2 | 2021

Experts - Non Experts

---

# Écrans, médiations et authenticité dans le concert pop : deux cas d'étude

*Screens, Mediations, and Authenticity in the Pop Concert: Two Case Studies*

Giulia Sarno

---



### Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/volume/9768>

DOI : [10.4000/volume.9768](https://doi.org/10.4000/volume.9768)

ISSN : 1950-568X

### Éditeur

Association Mélanie Seteun

### Édition imprimée

Date de publication : 15 décembre 2021

Pagination : 151-163

ISBN : 9782913169678

ISSN : 1634-5495

Distribution électronique Cairn



CHERCHER, REPÉRER, AVANCER.

### Référence électronique

Giulia Sarno, « Écrans, médiations et authenticité dans le concert pop : deux cas d'étude », *Volume !* [En ligne], 18 : 2 | 2021, mis en ligne le 02 janvier 2024, consulté le 02 décembre 2021. URL : <http://journals.openedition.org/volume/9768> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/volume.9768>

---

L'auteur & les Éd. Mélanie Seteun

## Article

# Écrans, médiations et authenticité dans le concert *pop* : deux cas d'étude

Par Giulia Sarno (Université de Florence)

*Ce texte est une traduction de l'italien de l'article « Schermi, mediazioni e autenticità nel concerto popular: due casi di studio » paru en 2018 dans la revue Between (vol. 8, n° 16).*

**Resumé :** En recourant à des méthodologies d'analyse qualitative de contenu, l'essai examine certaines implications de l'utilisation de projections vidéo dans le concert de musique populaire avec deux études de cas : celui de Kraftwerk, qui développe un « double » visant à déshumaniser la performance, en phase avec la célébration de la machine et de l'androïde, cruciale dans leur esthétique; et celui de Gorillaz, un groupe virtuel composé de personnages animés agissant sur des écrans ou comme des hologrammes, tandis que les musiciens « réel » restent cachés. Dans les deux cas, des choix spécifiques dans l'utilisation des vidéoprojections affectent le statut ontologique de l'auteur/performer, déclenchant une réflexion sur la nature de la performance musicale et problématisant les concepts de liveness et d'authenticité.

**Mots-clés :** Vidéoprojections / concert video design / médiation / authenticité / liveness

**Abstract:** Resorting to qualitative content analysis, this essay investigates some implications of the use of video

projections in popular music concerts through the study of two cases: that of Kraftwerk, who develop a “double” aim to de-humanize the performance, in line with the celebration of the machine and the android, crucial elements in their aesthetics; and that of Gorillaz, a virtual band consisting of animated characters acting on screens or as holograms, while the “real” musicians stay hidden. In both cases, specific choices in the use of video projections affect the ontological status of the author/performer, triggering a reflection on the nature of musical performance and problematizing the concepts of liveness and authenticity.

**Keywords:** Video projections / concert video design / mediation / authenticity / liveness

Depuis le minimalisme chaotique de la scène de Woodstock jusqu'aux architectures extrêmement élaborées des *lives* d'aujourd'hui, le grand concert rock et pop a rapidement atteint une envergure monumentale, dans laquelle l'impact de la dimension visuelle est aussi important que la dimension acoustique, sinon plus. Dans cette forme spectaculaire, la structure de la scène à son « degré zéro », avec des échafaudages et des pylônes en métal pour soutenir l'installation audio, des lumières et des éléments scénographiques, possède la même fonction conceptuelle que l'arc de scène du théâtre à l'italienne : celle de circonscrire le spectacle dans un cadre signifiant, délimitant l'espace de performance comme monde autonome, et orientant la vision du spectateur vers le centre focal du spectacle. De ce « degré zero », on est vite passé à des organisations scéniques plus complexes, en particulier pour les concerts immenses des stars. Celles-ci tendent à déstructurer le dispositif visuel, donnant vie à des modèles qui réinterprètent le format « classique » (la perspective frontale avec la scène) et qui accentuent, au moyen

de dispositifs mécanisés, les mutations « visibles » de la scène <sup>1</sup>.

À côté de ces évolutions architectoniques, qui remettent en question le cadre scénique traditionnel, d'autres dispositifs allant dans la même direction se sont développés à partir des années 1960. Le projet d'éclairage (*lighting design* <sup>2</sup>) et les vidéoprojections contribuent à la dramaturgie visuelle du concert pop en créant virtuellement des espaces nouveaux, qu'ils soient physiques ou émotionnels <sup>3</sup>. Nous concentrerons notre attention sur le second de ces dispositifs, prenant en considération deux études de cas particulières, celle des concerts de Kraftwerk et de Gorillaz.

Au moyen de vidéoprojections sur écran, l'espace scénique est avant tout multiplié, et le spectacle devient multifocal. L'effet de transformation sur l'espace n'est cependant pas le seul fil conducteur sur lequel les vidéoprojections agissent dans le concert pop. Le recours à la vidéo engage également le statut ontologique de l'auteur/*performer*, en questionnant l'idée de la présence physique de ces derniers comme marque d'authenticité

1 L'exemple le plus clair est l'installation pour le *360° Tour* des U2 (2009-2011), conçu par le set designer Willie Williams (de nombreuses photos et vidéos du tour sont disponibles sur le site officiel du groupe).

2 Voir les premiers *light-show* de groupes comme Grateful Dead et Pink Floyd (cf. Molinari, 2008 : 12).

3 Dans cette optique, un exemple extrême est le spectacle développé par V Squared Lab pour l'artiste brésilien Amon Tobin à l'occasion de la tournée promotionnelle de l'album *ISAM* (2011-2013), qui combine lumières à led et *video mapping* 3D en une impressionnante régénération continue de la scène. Des parties du show se trouvent en ligne (Amon Tobin, 2011).

dans l'exécution de l'œuvre musicale en direct. Dans les deux études de cas proposées ici, cet aspect se situe directement au centre des propositions artistiques respectives : l'utilisation diffuse et particulière des vidéoprojections dans les concerts de Kraftwerk et de Gorillaz fait partie de la stratégie esthétique globale. De la sorte, elle se présente comme une réflexion profonde sur la nature de la performance musicale et sur les concepts de *liveness* et d'authenticité.

Kraftwerk est un groupe allemand originaire de Düsseldorf, fondé par Ralph Hütter et Florian Schneider. Actifs à partir de 1970, ils sont considérés comme les pionniers de la musique électronique dans le domaine populaire <sup>4</sup>. La formation du groupe a subi différents changements dans le temps : la structure « historique » comprend également Wolfgang Flür et Karl Bartos, qui ont accompagné Hütter et Schneider à partir du milieu des années 1970 jusqu'à la fin des années 1980 environ. Ce même Schneider a ensuite quitté le groupe en 2008. Outre Ralph Hütter, la formation actuelle se compose de Fritz Hilpert (percussions électroniques), Henning Schmitz (percussions électroniques et synthétiseurs) et Falk Grieffenhagen (projections vidéo). Le fait que ce dernier, en tant qu'auteur et interprète des projections, soit officiellement accrédité dans la formation du groupe est significatif

4 Pour un profil essentiel du groupe cf. Buckley (2001) ; pour une biographie plus complète, se référer à Buckley (2012). De plus, voir Albiez et Pattie (2011) pour une collection récente d'essais critiques concernant le groupe ; également les deux documentaires proposés en filmographie (*Kraftwerk and the Electronic Revolution*, 2008 ; *Kraftwerk : Pop Art*, 2013). Pour approfondir le contexte musical de Düsseldorf, Esch (2016).

et indique d'emblée le rôle fondamental de la dimension visuelle en général, et de la vidéo en particulier, à l'intérieur de l'esthétique de Kraftwerk. Comme nous le verrons, dès le début des années 1980, le groupe a adopté des stratégies de performance dans lesquelles les projections occupent une position de plus en plus centrale, avant d'arriver aux célèbres spectacles 3D à partir de 2009.

Le rôle joué par l'aspect visuel dans le parcours artistique de Gorillaz<sup>5</sup> est sans doute encore plus important. Il s'agit en effet d'un groupe virtuel<sup>6</sup>, composé de 2-D, Murdoc, Russel et Noodles, quatre personnages animés créés à la fin des années 1990 par le célèbre musicien anglais Damon Albarn (fondateur des Blur) et le dessinateur anglais Jamie Hewlett. Les quatre personnages ne sont pas la représentation animée d'un groupe réel : leur musique est réalisée à chaque fois par un des musiciens rassemblés autour d'un producteur sous l'égide d'Albarn, qui est en effet le seul composant musical fixe de Gorillaz, ainsi que la voix principale. L'univers fictif dont les quatre personnages sont protagonistes répond à une configuration

cross-média, entre animations, bandes dessinées, dessins, jeux, vidéos musicales : une matière dont le centre d'irradiation se trouve sur le site internet gorillaz.com et qui se développe dans les vidéoprojections qui animent les concerts du groupe.

Avant d'entrer dans l'analyse des deux études de cas, il est nécessaire de s'arrêter sur certains aspects généraux, de nature technique et esthétique, qui concernent les vidéoprojections dans le contexte du concert de musique populaire. Il faut tout d'abord distinguer, d'un côté, la reconstitution en temps réel du show sur de grands écrans placés à proximité de la scène, et de l'autre le *concert video design*, c'est à dire la création de contenus originaux conçus pour une performance spécifique en direct<sup>7</sup>. Les deux cas représentent des pôles opposés au sein d'un spectre fluide fait de stratégies de médiation de la performance et d'amplification visuelle du spectacle. Ces stratégies répondent en premier lieu à une exigence d'ordre pratique : celle de rendre visible et attractif pour un public très nombreux ce qui se passe sur la scène. Pour des événements d'une certaine dimension, les grands écrans sont une présence indispensable, qu'ils proposent des contenus originaux ou bien qu'ils reflètent l'image des musiciens sur la scène. En effet, dans ces contextes, les artistes sont hors de portée du regard direct de la plupart du public présent, qui doit se contenter de voir leur image sur les écrans.

5 Pour un approfondissement, se référer à l'œuvre « autobiographique » *Gorillaz : Rise of the Ogre* (attribuée au groupe, mais rédigée par le batteur Cass Browne; cf. Gorillaz, 2007) et au documentaire *Bananaz* (2008).

6 Bien qu'il ne soit pas possible de qualifier Gorillaz comme étant le premier groupe virtuel de l'histoire, le concept s'est diffusé précisément à partir de leur exemple. Dans la liste que Corey van den Hoogenband (2017) a remplie pour le blog *Indie88*, apparaissent plus de huit exemples qui le précèdent : la première place revient à Alvin and the Chipmunks, qui débutent en 1958 pour le label Liberty, avec le single « The Chipmunk Song (Christmas Don't Be Late) », composé par le créateur du groupe Ross Bagdasarian, alias David Seville.

7 « Il s'agit d'une pratique qui après avoir connu un âge d'or pendant l'explosion psychédélique à la fin des années 1960, a été délaissée lors des décennies successives; c'est seulement récemment qu'elle s'est affirmée à nouveau comme élément spectaculaire dans le spectacle vivant. » (Molinari, 2008 : 19, [citation traduite de l'italien])

Dans le cas du *concert video design*, les contenus projetés enrichissent visuellement la musique par des significations qui sont clairement supplémentaires : ce qui se produit sur la scène est différent de ce que nous voyons sur les écrans. Les vidéos sont intégrées à l'action scénique des *performers*, elles la complètent, mais maintiennent néanmoins un certain degré de séparation.

La transmission en direct de la performance sur écrans géants pose des problèmes différents. Pour Philip Auslander,

« the use of giant video screens at sporting events, music and dance concerts, and other performances is [a] direct illustration of Benjamin's concept [of a mass desire for proximity]: the kind of proximity and intimacy we can experience with television, which has become our model for close-up perception, but that is traditionally absent from these performances, can be reintroduced only by means of their "videation". » (Auslander, 2008 : 39)

La projection propose une réélaboration du concert selon les caractéristiques stylistiques du langage télévisuel : le montage en temps réel des différentes sources (les caméras qui filment simultanément ce qui se passe sur la scène) restitue la réalité selon les stratégies narratives propres à la télévision – avec ses coupures, les différents champs et les plans de cadrage, les mouvements de la caméra – en construisant une interprétation du spectacle qui s'offre comme son substitut, un spectacle analogue plus désirable parce que « médiatisé ». L'expérience du concert s'avère ainsi doublement médiatisée : au niveau auditif, par l'utilisation de technologies audio qui élaborent en temps réel le son acoustique, en l'amplifiant et en « l'améliorant » au moyen de transformations appliquées au signal capturé par des

micros et reproduit par des enceintes<sup>8</sup> qui le rapprochent du son discographique ; au niveau visuel, par le filtre de la transmission en vidéo. À travers ce processus, la performance est re-médiatisée : pour celui qui ne se trouve pas aux premiers rangs, assister à un concert se résume à regarder, en compagnie de nombreux autres spectateurs, une émission télévisée en direct dont le plateau de tournage se trouverait sur la scène. La performance en direct n'est que le prétexte pour sa diffusion<sup>9</sup>. Ce qui reste de l'expérience de la musique « en direct » est, en substance, l'idée du caractère unique de l'événement, la conscience « d'y être ». Si l'on ajoute à cela la pratique désormais omniprésente de filmer le concert avec un *smartphone*, la « réalité » de la présence physique se multiplie en un jeu de miroirs virtuel : des écrans qui encadrent des écrans.

Dans les études de cas suivantes, nous verrons comment les deux dispositifs visuels – le *concert video design* et la transmission en direct du show – entrent en relation pour créer quelque chose de différent, de presque hybride.

Pour cette recherche, j'ai utilisé des méthodologies d'analyse qualitative de contenu<sup>10</sup> prenant en compte un corpus hétérogène de matériaux expressifs créés par Kraftwerk et Gorillaz au long de leur

**8 Il est courant d'appliquer au son acoustique des filtres, des égaliseurs, des compressions et des effets variés (comme par exemple la réverbération).**

**9 Ces aspects sont longuement traités dans Auslander, 2008, et dans Baxter-Moore & Kitts, 2016.**

**10 La littérature scientifique consacrée à l'analyse du contenu est très vaste. Je me limite à signaler quelques publications récentes à caractère général telles que Hesse-Biber (2017) et Neuendorf (2017).**

carrière : produits visuels et audiovisuels promotionnels (pochettes de disques, photos de presse, vidéoclips...), sources textuelles (paroles de chansons emblématiques, interviews...), et surtout la documentation relative aux performances des deux groupes (enregistrements audiovisuels et photos <sup>11</sup>). L'analyse de ces sources m'a permis d'observer comment les stratégies d'autoreprésentation des deux groupes se consolident ou se transforment au fil du temps : le but de cet essai est de mettre en évidence comment le *concert video design* contribue de manière fondamentale à cette autoreprésentation, constituant l'un des lieux privilégiés de négociation sur des questions cruciales qui concernent le corps de l'artiste et sa présence physique comme marque d'authenticité.

18  
2

## Kraftwerk : le corps transcédé par la machine

Kraftwerk est à l'origine d'extraordinaires innovations en matière de sonorités et de conceptions formelles des musiques populaires électroniques. On peut faire le même constat au sujet du développement d'une identité visuelle particulière. En relation étroite avec la proposition musicale du groupe, l'image incarnée par Kraftwerk s'est volontairement opposée aux standards

11 Je n'ai pas eu la possibilité de participer personnellement aux performances de Gorillaz ; par contre, j'ai pu assister à l'un des shows en 3D de Kraftwerk (Rome, Auditorium Parco della Musica, 14 juillet 2014).

visuels de l'authenticité rock qui dominaient dans les années 1970 <sup>12</sup>. Avec la collaboration de l'artiste Emil Schult, le groupe allemand a été en mesure de développer une marque à part entière, qui a évolué dans le temps sans jamais perdre ses caractéristiques d'origine. Parmi ces dernières, la représentation du corps des musiciens, dans laquelle chaque élément renvoie à une fore « d'artificialité », est fondamentale. Habillement formel et rigide, coiffures de Playmobil, poses raides, inexpressivité faciale : les membres de Kraftwerk sont des mannequins vivants (ce n'est pas un hasard si l'une de leurs chansons s'intitule « Showroom Dummies ») qui trouveront leur accomplissement dans l'esthétique robotique de *The Man-Machine* (Kling Klang/EMI/Capitol, 1978), sorte d'incarnation moderne du mythe du XVIII<sup>e</sup> s. de *l'homme machine* (cf. La Mettrie, 1748), revitalisé justement dans les années 1970 par Deleuze et Guattari dans *l'Anti-Œdipe* (1972). *The Man-Machine* est d'ailleurs le premier album dans lequel le groupe utilise des *sequencers*, dispositifs qui permettent de créer et reproduire des séquences de signaux à travers un instrument électronique, et qui donc se substituent à l'action directe du musicien, en limitant l'intervention humaine et en laissant le champ libre à l'automation <sup>13</sup>. La question de

12 Comparer, par exemple, la couverture de l'album *Trans-Europe Express* (Kling Klang/EMI-Electrola/Capitol, 1977) avec celle de *Highway To Hell* des AC/DC (Albert/Atlantic, 1979).

13 Dans le cas présent, ce que l'on peut lire sur Wikipédia (entrée : *Sequencer*, consulté le 06 mai 2021) concernant cette typologie de dispositifs, est pertinent : « on peut imaginer un séquenceur comme une 'main électronique' automatique et programmable qui joue des instruments et règle des boutons et des

l'humanité de la performance <sup>14</sup> est centrale dans la production artistique de Kraftwerk, qui l'affrontent de façon ironique : alors que dans les photographies diffusées pour la promotion de *The Man-Machine* les poses des musiciens se rigidifient et l'habillement formel devient un véritable uniforme, les robots apparaissent sous forme de mannequins inanimés avec les traits des quatre musiciens, qui se substituent à ces derniers ou se placent à côté d'eux, en mettant en scène une interchangeabilité substantielle entre homme et machine, thématisée dans le célèbre morceau « The Robots ». La vidéo musicale de la chanson, publiée en 1978, se base entièrement sur cette superposition entre le corps du performer et le corps de l'automate, que le spectateur peine à distinguer (*Kraftwerk*, 1978). À partir de la tournée de l'album *Computer World* (Kling Klang/EMI/Elektra, 1981 <sup>15</sup>), les mannequins accompagneront, comme objets scéniques immobiles, les musiciens dans l'exécution en direct de la chanson. Il s'agit ouvertement d'un défi vis-à-vis du modèle de l'expressivité corporelle comme marque d'authenticité dans l'univers discursif du rock : le concert est le lieu où les musiciens sont censés montrer leurs capacités instrumentales et leur implication

potentiomètres de synthétiseurs et processeurs audio ».

14 Sur ces aspects cf. Emmerson, 2007.

15 L'installation du tour de 1981 est décrite dans l'interview que Ralph Hütter a accordée à Mike Beecher la même année (Beecher, 1981). Dans cette même interview, le musicien s'arrête sur certains aspects essentiels de l'esthétique robotique que le groupe a choisi de développer aussi bien dans les œuvres que dans le style de la performance.

émotionnelle dans la performance <sup>16</sup>. On sait également, de par certains choix de performance spécifiques, qu'il s'agit d'une perspective voulue : pensons au moment où les quatre musiciens, en exécutant « Pocket Calculator » (*Kraftwerk*, 1982a), se déplacent de leurs propres consoles, occupent l'avant-scène et jouent des instruments électroniques portatifs, en demandant au public d'appuyer sur les boutons de ces derniers. De cette façon, les quatre musiciens semblent parodier le *topos* du rocker qui interagit avec les premiers rangs du public, et de façon encore plus spécifique, celui du guitariste qui se met en premier plan pour montrer ses talents instrumentaux. Le renversement est total : comme le dit le texte de la chanson, pour jouer, il suffit d'appuyer sur un bouton <sup>17</sup>.

16 « The importance of live performance lies precisely in the fact that it is only here that one can see the actual production of the sound, and the emotional work carried in the voice » (Grossberg, 1993 : 175). La fonction complexe que joue la performance pour établir l'authenticité au sein de l'idéologie rock est au centre d'un essai bien connu de Auslander (1998).

17 Ce choix de performance peut être également interprété en tenant compte de l'économie audiovisuelle de la performance musicale électronique. Comme l'explique Auslander (2013 : 605), « audiences of music that uses relatively unfamiliar digital devices such as various MIDI interfaces or laptop computers as instruments cannot be assumed to understand the relationship between the performer's actions and the resulting sounds ». En 1981, le public était peu familier des instruments électroniques utilisés par Kraftwerk : la relation de cause à effet entre les actions effectuées sur la scène et les sons produits s'avérait insaisissable. Sortir de son emplacement pour aller jusqu'à l'avant-scène et montrer de façon flagrante le fonctionnement des dispositifs en invitant le public à interagir avec eux, est un geste significatif qui démontre, selon nous, une conscience des nouvelles dynamiques audiovisuelles générées par les pratiques musicales électroniques



Kraftwerk commence à utiliser des écrans en direct lors de cette même tournée de 1981, véritable clé de voûte dans l'histoire du groupe. Derrière chaque musicien, quatre écrans reproduisent des contenus originaux synchronisés avec la musique, inspirés principalement par la production musicale en studio (*fader* en mouvement, ondes sonores, nombres), correspondant au concept scénique : une version « portable » du légendaire Kling Klang Studio, le lieu inaccessible où Kraftwerk créait sa propre musique<sup>18</sup>. Cette installation, qui accompagnera les concerts du groupe jusqu'à la fin des années 1990, exprime clairement la volonté d'exalter le rôle de la machine dans la création artistique, en mettant au premier plan la médiation de l'instrument de musique électronique par rapport à l'expression de soi. De plus, le fait que le nombre d'écrans soit égal à celui des musiciens, et leur positionnement derrière ces derniers, est un premier pas dans le processus de substitution physique que Kraftwerk opérera graduellement dans les concerts. En effet, avec le temps, les emplacements individuels seront de plus en plus décharnés et le focus se déplacera – grâce aussi à une illumination étudiée qui maintient les artistes presque dans le noir – sur les images en mouvement. Ces dernières s'enrichiront de nouveaux contenus, extraits également des vidéos musicales publiées par le groupe au cours des années, qui thématisent les mêmes éléments. Mais c'est dans l'installation successive, réalisée pour la tournée

mondiale *Minimum-Maximum* (2002-2009), que les écrans acquièrent un nouveau statut. En effet, le Kling Klang Studio disparaît et est remplacé par des laptops sur quatre emplacements identiques et minimalistes alignés sur l'avant-scène, alors que l'espace visuel est occupé en grande partie par les projections. Tout le mouvement scénique est exprimé dans les contenus vidéo, élément désormais indispensable et conjoint des contenus musicaux : le concert s'est désormais transformé en un spectacle *mixed-media*, qui vise à superposer différents niveaux de réalité et à effacer leurs frontières. Les musiciens limitent au minimum tout signe qui pourrait les distinguer en tant qu'êtres vivants, et ils portent souvent des uniformes qui transforment les corps en des structures digitales en continuité symbiotique avec leurs emplacements, rappelant ainsi la vidéo pionnière réalisée par Rebecca Allen en 1986 pour le single « Music Non Stop ». Les avatars virtuels qui vivent dans les projections et les musiciens en chair et en os sont essentiellement *la même chose*.

La dernière étape logique dans ce parcours où se confondent réalité virtuelle de l'écran et réalité de la scène est celle du show en 3D développé à partir de 2009. Grâce aux nouvelles technologies, la priorité de la machine sur l'individu prônée par le groupe depuis les années 1970 trouve son accomplissement : la 3D absorbe complètement le regard du spectateur, en englobant la présence physique des musiciens dans sa réalité, finissant par l'annuler complètement. Les membres du groupe ne sont pas quatre êtres humains qui, en s'exprimant, produisent une certaine musique, mais l'ensemble des signes réels et virtuels, incarnés ou projetés, qui représentent visuellement la musique publiée sous le nom de Kraftwerk.

en direct. À ce sujet voir également Kjus & Danielsen (2016).

18 Des fragments vidéo du tour ont été transmis en 1982 dans un documentaire produit par l'Österreichischer Rundfunk (ORF), voir *Kraftwerk* (1982a, b et c).

# Gorillaz : le corps en tension entre physique et virtuel

Le parcours de Gorillaz commence par des choix d'installation proches de ceux de Kraftwerk, pour ne pas dire plus extrêmes. En 2001, lorsque les spectateurs entrent dans la salle londonienne du club Scala pour le premier live du groupe, la scène est entièrement cachée par un grand écran. Les musiciens jouent derrière l'écran pendant toute la durée du concert, en apparaissant de temps en temps sous forme de silhouettes, alors que pour chaque chanson les *visuals* correspondants sont projetés. Il ne s'agit pas d'un pur effet théâtral, mais d'un choix destiné à mettre en évidence les particularités de Gorillaz en tant que groupe virtuel.

Selon les déclarations des deux créateurs du projet, Gorillaz est né d'un commentaire ironique sur le caractère artificiel de l'industrie musicale pop, et en particulier de ses incarnations télévisuelles (les vidéos MTV, les *talent show* comme *American Idol*). D'un côté, ils veulent montrer à quel point les formations à succès sont construites de façon théorique, exagérant également de façon caricaturale les clichés d'images associés à certains genres musicaux ; d'un autre côté, ils désirent offrir « une critique du culte de la personnalité dans la pop » (Richardson, 2012 : 203) à travers une stratégie de disparition de l'auteur. Ce deuxième aspect est celui qui présente le plus d'ambiguïté, comme le reflète l'histoire des performances de Gorillaz.

Si les premiers concerts derrière l'écran représentent un choix radical<sup>19</sup> et cohérent avec la virtualité du groupe, la performance que Gorillaz exécute aux Brit Awards en 2002 (*Gorillaz*, 2002), dans laquelle les autres « membres » du groupe apparaissent sur autant de grands écrans en animation 3D et « jouent » – pour ainsi dire – le single « Clint Eastwood », l'est encore plus. Les « vrais » musiciens sont physiquement absents, et du point de vue audio, la « prestation » n'est rien d'autre que la reproduction d'un enregistrement réalisé pour l'occasion. Le seul aspect traditionnel du spectacle musical est la performance des rappeurs qui montent sur la scène au milieu de la chanson. Phil et Life MC, membres du groupe hip hop britannique Phi Life Cypher<sup>20</sup>, effectuent la séquence prévue dans la version studio du morceau, en créant par leur présence corporelle une superposition de plusieurs niveaux de réalités. Cet effet est également obtenu grâce à l'utilisation d'un autre écran géant, situé au-dessus de la scène, qui alterne des parties de la vidéo originale de la chanson et des séquences du show qui se déroule sur la scène, rappelant ainsi la pratique du grand écran télévisuel. Ces séquences sont

**19** Il ne s'agit cependant pas d'une nouveauté absolue : en 1981 les Public Image LTD de l'ex-Sex Pistols John Lydon avaient expérimenté les mêmes solutions au Ritz de New York, dans une perspective analogue de critique du star-système. Il est possible de trouver des informations sur la performance dans le récit qu'en donne le *videomaker* Ed Caraballo (1997), responsable en cette occasion des contenus des projections.

**20** Le groupe avait été impliqué dans l'enregistrement de la chanson en studio, mais Albarn avait ensuite opté pour une autre version, exécutée par l'artiste américain Del the Funky Homosapien.

bien sûr fictives, car ce qui est retransmis sur la scène, ce ne sont pas les images effectivement filmées par des caméras, mais des vidéos pré-produites qui montrent les quatre personnages animés sous des angles différents, ce qui serait impossible à réaliser en temps réel, étant donné que les personnages vivent dans la bi-dimensionnalité des écrans. Cet élément confère au spectacle un aspect surréaliste.

Il en est de même pour la performance du groupe aux MTV Europe Music Awards de 2005, où ils exécutent « Feel Good Inc. » (Gorillaz, 2005<sup>21</sup>) : la scène est cette fois-ci occupée par de véritables hologrammes qui, en éliminant le cadre de l'écran, renforcent la présence « corporelle » des quatre Gorillaz, accentuant ainsi l'illusion de la réalité. L'effet insolite du spectacle holographique sera encore plus évident dans la version mise en scène l'année suivante, aux Grammy Awards de 2006 (Gorillaz, 2006<sup>22</sup>), où après « Feel Good Inc » un *medley* avec « Hung Up » de Madonna est proposé. Cette dernière apparaît en version holographique et chante le refrain de sa propre chanson en interagissant avec Murdoc et Noodle. L'hologramme quitte ainsi la scène en saluant les deux membres virtuels de Gorillaz, qui de toute évidence s'éloignent ou disparaissent peu après (ce moment n'est pas repris dans la version du spectacle transmise à la télévision), pour laisser la place à la chanteuse en chair et en os : Madonna prend possession de la scène pour exécuter « Hung Up » en entier avec

ses propres musiciens et danseurs, en déplaçant le virtuel dans le réel sans solution de continuité.

Parallèlement à ces apparitions télévisuelles, Gorillaz joue sur scène en 2005 cinq soirs de suite à la Manchester Opera House : les choix d'installation sont moins tranchés, et marquent le début d'un parcours régressif. C'est en effet la première occasion où les musiciens jouent sous les yeux du public, même si le *lighting design* fait surtout émerger des silhouettes noires, alors que sur un grand écran dans la partie supérieure de la scène défilent les *visuals*. Ces derniers jouent toujours un rôle important dans l'économie visuelle du spectacle, mais cette fois-ci la présence physique des musiciens en annule le potentiel « subversif ». C'est une installation ambiguë : bien que les individualités des musiciens s'avèrent camouflées, leur présence physique met inévitablement en avant le facteur humain face à la réalité virtuelle du groupe, alors que Murdoc et 2-D sont confinés sur les balcons, représentés cette fois non pas par des élaborations digitales mais par des marionnettes animées grandeur nature style de Muppets (elles étaient en fait réalisées par le Creature Shop londonien de Jim Henson, l'inventeur des célèbres marionnettes), et font des commentaires entre les morceaux, exactement comme Statler et Waldorf<sup>23</sup>. Le coût énorme de production de cette installation, comme d'un show holographique hypothétique, incitera Gorillaz à faire marche arrière : depuis 2010, les concerts du groupe

21 Pour une analyse de cette performance cf. Hofer (2011).

22 Pour ce show aussi voir Hofer (2011).

23 Tout le concert a été publié en DVD (Gorillaz. *Demon Days*, 2006), mais cette version ne montre pas toutes les actions des marionnettes, qui apparaissent seulement brièvement (par exemple à la minute 22:26).

sont désormais « normalisés », avec les musiciens complètement visibles sur de grands écrans avec les *visuals* dans des positions cano- niques, au fond de la scène. Mais cette inver- sion s'explique aussi par une déclaration de Hewlett, se référant au tour promotionnel de l'album *Plastic Beach* (Parlophone/Virgin, 2010) :

« Damon had half the Clash on stage, and Bobby Womack and Mos Def and De La Soul, and fucking Hypnotic Brass Ensemble and Bashy and everyone else. It was the greatest band ever. And the screen on stage behind them seemed to get smaller every day. I'd say, "Have we got a new screen?" and the tour manager was like, "No, it's the same screen". Because it seemed to me like it was getting smaller. » (Sawyer, 2017)

La stratégie de disparition de l'auteur représentée par les choix radicaux des premiers Gorillaz semble échouer devant l'ins- tance la plus classique de l'expressivité dans les musiques populaires : le « titulaire » d'une œuvre est censé l'incarner en direct sur une scène. De ce fait, la star Albarn ainsi que ses excellents invités sont censés se montrer et jouer le jeu de l'adoration du public. Ce qui triomphe, c'est paradoxalement cette *pop star- dom* que le projet mettait à l'origine en tension, dans une forme parodique entre réel et virtuel.

## Conclusions

Les deux cas analysés représentent autant de moyens de répondre de façon créa- tive aux tensions induites par la médiation de l'écran par rapport au corps de l'artiste et à sa présence physique comme marque d'authenticité. Les stratégies adoptées par les Kraftwerk et par les premiers Gorillaz se ressemblent dans la volonté de projeter

l'auteur sur un troisième niveau de référence, un monde virtuel fait de signes et de figures destiné à évincer l'auteur/le performer (dans sa version romantique illustrée par le rôle central qu'il occupe dans l'esthétique de la réception caractéristique d'une grande partie des musiques populaires). Cette opération prend dans les deux cas des traits nettement ironiques, qui mettent en évidence, au lieu de l'occulter, le décalage existant entre les modes de production multi-auteur<sup>24</sup>, médiatisés, phénomène propre au capitalisme tardif, et à la réception « romantique » des musiques populaires. Selon les termes de Lars Eckstein,

« [o]n the one hand, the process of aesthetic produc- tion [of popular music] could be labelled 'postmodern' in its appeal to a Jamesonian (1991) understanding of the cultural logic of late capitalism, invariably with regard to notions of multiple authorship, the primacy of economic concerns, and the fabrication of simulacrous media identities. On the other hand, the aesthetics of reception clearly continues to move along 'romantic' lines. As if in a willing suspension of disbe- lief, audiences of popular music seem to take the subjective depth and integrity of the artist for granted, whose lyrics and music are expected to transport a genuine message relating to genuine feelings or biographical experience. The products of mainstream popular music industry are, one could argue on these grounds, to a large extent carefully calculated postmodern simulations of the romantic authenticity which the market demands. » (Eckstein, 2009 : 242)

**24 Même si en tant qu'auditeurs, nous avons tendance à les attribuer à ceux qui les incarnent, nous savons que l'immense majorité des produits de de musiques populaires sont le fruit de la collaboration entre individus possédant des compétences diverses (des musiciens aux techniciens de studio, des producteurs aux responsables du marketing et ainsi de suite). Une discussion critique du concept d'auteur dans le domaine populaire est offerte par Negus (2004).**

Dans les deux cas, l'utilisation particulière des vidéoprojections fait partie d'une stratégie plus large qui vise précisément à mettre en discussion cette « simulation de l'authenticité romantique » qui semble essentielle au succès d'un grand nombre des produits de musiques populaires.

Néanmoins, il est possible de situer les pratiques des deux groupes à l'intérieur de ce que Keir Keightley (2001) a appelé l'« authenticité moderniste ». En voyant dans l'authenticité la valeur profonde de toutes les expressions liées à l'idéologie rock, Keightley distingue deux macro-familles où le concept est décliné de façons radicalement différentes. La première correspond au mythe romantique de l'expressivité et voit dans la communication immédiate avec le public l'objectif primaire de l'artiste authentique ; la seconde se réfère quant à elle à l'expérimentalisme moderne et au credo avant-gardiste de l'originalité et du changement, en reconnaissant ouvertement l'artifice et la médiation. Même si des éléments de ces stratégies peuvent sans aucun doute se retrouver combinés dans

les choix pratiques des artistes, il existe entre elles deux un rapport dialectique et antagoniste :

« [...] rock artifice involves a deliberate rejection of the Romantic mode of authenticity, in favour of a complex and nuanced Modernist strategy of authenticity in which the performer's ability to shape imaginary worlds – rather than being shaped by this world – is foregrounded. » (Keightley, 2001 : 138)

C'est précisément la construction de « mondes imaginaires », séparant le message artistique du corps de l'artiste et donc de sa question existentielle, qui est au centre des stratégies anti romantiques de Kraftwerk et Gorillaz. Dans leurs spectacles, l'utilisation exagérée et ironique des vidéoprojections donne lieu à des performances qui se présentent, en définitive, comme démystifications de l'idéologie de l'art reposant sur l'expression immédiate de soi d'ascendance romantique et comme réflexions sur le thème de la dévaluation de la présence physique dans une culture de la médiatisation (Auslander, 2008 : 42).

## Bibliographie

Albiez Sean & Pattie David (eds.) (2011), *Kraftwerk : Music Non-Stop*, Londres, Bloomsbury.

Auslander Philip (1998), « Seeing is believing : Live performance and the discourse of authenticity in rock culture », *Literature and Psychology*, vol. 44, n° 4, p. 1-26.

— (2008), *Liveness : Performance in a Mediatized Culture*, Abingdon/ New York, Routledge.

— (2013), « Sound and vision: the audio/visual economy of musical performance », in Richardson John, Gorbman Claudia & Vernallis Carol (eds.), *The Oxford Handbook of New Audiovisual Aesthetics*, New York, Oxford University Press, p. 605-621.

Baxter-Moore Nick & Kitts Thomas M. (eds.) (2016), *The Live Concert Experience*, numéro spécial de *Rock Music Studies*, vol. 3, n° 1.

Beecher Mike (1981), « Kraftwerk Revealed : An interview with Ralph Hutter », *Electronics & Music Maker*, septembre, p. 62-66.

Buckley David (2001), « Kraftwerk », in Root Deane (ed.), *Grove Music Online*, en ligne : <http://www.oxfordmusiconline.com>.

— (2012), *Kraftwerk Publikation : A Biography*, Londres, Omnibus Press.

Caraballo Ed (1997), « There's A Riot Goin' On. The Infamous Public Image Ltd. Riot Show. The Ritz, 1981 », *Perfect sound forever*, juillet, en ligne : <http://www.furious.com/perfect/pil.html> (consulté le 6 mai 2021).

Eckstein Lars (2009), « Torpedoing the Authorship of Popular Music : A Reading of Gorillaz' 'Feel Good

Inc.' », *Popular Music*, vol. 28, n° 2, p. 239-255.

Emmerson Simon (2007), *Living Electronic Music*, Londres/ New York, Routledge.

Esch Rudi (2016), *Electri\_city : The Düsseldorf School of Electronic Music*, Londres, Omnibus Press.

Gorillaz (2006), *Gorillaz : Rise of the Ogre*, New York, Riverhead Books.

Grossberg Lawrence (1993), « The Media Economy of Rock Culture : Cinema, Postmodernity and Authenticity », in Frith Simon, Goodwin Andrew & Grossberg Lawrence (eds.), *Sound and Vision : The Music Video Reader*, Londres/ New York, Routledge, p. 185-209.

McIntosh Heather & Cuklanz Liza (2017), « Researching Mass Media : Images and Texts », in Hesse-Biber Sharlene Nagy (ed.), *The Practice of Qualitative Research*, III édition, Thousand Oaks (CA), SAGE, p. 246-268.

Hofer Roberta (2011), « Metalepsis in Live Performance: Holographic Projections of the Cartoon Band "Gorillaz" as a Means of Metalepsis », in Kukkonen Karin & Klimek Sonja (eds.), *Metalepsis in Popular Culture*, Berlin/New York, Walter de Gruyter GmbH & Co., p. 232-251.

Jameson Fredric (1991), *Postmodernism, Or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, Durham, Duke University Press.

Keightley Keir (2001), « Reconsidering Rock », in Frith Simon, Straw Will & Street John (eds.), *The Cambridge Companion to Pop and Rock*, Cambridge, Cambridge University Press, p. 109-142.

Kjus Yngvar & Danielsen Anne (2016), « Live mediation : Performing

concerts using studio technology », *Popular Music*, vol. 35, n° 3, p. 320-337.

La Mettrie Julien Offray de (1748), *L'Homme Machine*, Leyde, De l'Imp. D'Elie Luzac Fils.

Molinari Cesare (2008), *On The Stage : i grandi palchi del rock*, Viterbo, Stampa alternativa/Nuovi equilibri.

Negus Keith (2004), « Authorship and the popular song », *Music & Letters*, vol. 92, n° 4, p. 607-629.

Neuendorf Kimberly A. (ed.) (2017), II édition, Thousand Oaks (CA), SAGE.

Richardson John (2012), *An Eye for Music : Popular Music and the Audiovisual Surreal*, Oxford, Oxford University Press.

Sawyer Miranda (2017), « Damon Albarn and Jamie Hewlett : "We fight over everything" », *The Guardian*, 30 avril, en ligne : <https://www.theguardian.com/music/2017/apr/30/damon-albarn-and-jamie-hewlett-we-fight-over-everything-gorillaz-humannz-interview> (consulté le 06 mai 2021).

Van den Hoogenband Corey (2017), « From The Archies To Gorillaz : A Timeline Of Cartoon Bands », *Indie88*, en ligne : <https://indie88.com/from-the-archies-to-gorillaz-a-timeline-of-cartoon-bands/> (consulté le 06 mai 2021).

## Filmographie

Levy Ceri (réal.), *Bananaz*, UK, 2008.

Barnard David & Gee Grant (réal.), *Gorillaz. Demon Days : Live at the Manchester Opera House*, UK, 2006.

Johnstone Rob (réal.), *Kraftwerk and the Electronic Revolution*, UK, 2008.

Witter Simon & Rossacher Hannes (réal.), *Kraftwerk : Pop Art*, UK, 2013.

#### Vidéographie

Amon Tobin « *ISAM* » *Live : Mutek Premiere (Official)*, 2011, <https://www.youtube.com/watch?v=WWai4UZ0OqI> (consulté le 06 mai 2021).

Gorillaz – *Clint Eastwood (Live BRITs Performance)*, 2002, [https://www.youtube.com/watch?v=xxLWuM\\_SHcl&start\\_radio=1&list=RDxxLWuM\\_SHcl](https://www.youtube.com/watch?v=xxLWuM_SHcl&start_radio=1&list=RDxxLWuM_SHcl) (consulté le 06 mai 2021).

Gorillaz – *Feel Good Inc. (Live At The MTV EMA's)*, 2005, <https://www.youtube.com/watch?v=BdAXIj5QViw> (consulté le 06 mai 2021).

Gorillaz ft Madonna – « *Feel Good Inc & Hung Up* » *LIVE at Grammys 2006*, 2006, [https://www.youtube.com/watch?v=JRPtGdF\\_nxE](https://www.youtube.com/watch?v=JRPtGdF_nxE) (consulté le 06 mai 2021).

Kraftwerk – *The Robots*, 1978, [https://www.youtube.com/watch?v=u\\_DZmgArjqU](https://www.youtube.com/watch?v=u_DZmgArjqU) (consulté le 06 mai 2021).

Kraftwerk – *Taschenrechner (Live 1981 - ORF)*, 1982a, <https://www.youtube.com/watch?v=mopXKac2R3E> (consulté le 06 mai 2021).

Kraftwerk – *Documentary 1981, 1982b*, <https://www.youtube.com/watch?v=Ad65YPNaX1k> (consulté le 06 mai 2021).

Kraftwerk – *Heimcomputer (Live 1981 - ORF)*, 1982c, <https://www.youtube.com/watch?v=3AmMnFk3iml> (consulté le 06 mai 2021).

Kraftwerk – *Musique Non Stop 1986 Music Video*, 1986, <https://www.youtube.com/watch?v=O0IIIROWro8> (consulté le 06 mai 2021).



18



2