

# CRÉATION SONORE

## **Copier / remixer / détourner**

*“Make a miracle, pump the lyrical,... check it out (yeah, y’all come on!), here we go again, turn it up, bring the noise”*

Public Enemy – *Bring the Noise* (remix)

Depuis l’invention du phonographe par Thomas Edison en 1877, il est possible de fixer le son sur support, de le copier, le reproduire. Cette invention technique a été une véritable révolution qui a complètement bouleversé notre rapport à l’écoute, mais aussi plus largement au phénomène sonore. De la reproduction des sons de la nature aux copies pirate de CD, du MP3 à la synthèse vocale en passant par le sampling et les techniques de remix, ces pratiques ont dilué la frontière entre la notion d’original et de copie.

Dans cet atelier de recherche et de création, nous nous sommes intéressés au statut de l’auteur, à la notion de détournement, de revisitation et autres formes de réappropriation via les pratiques et technologies de création sonore, à la singularité du médium sonore, à l’importance du sampling dans l’émergence de genres musicaux, à la notion d’originalité, aux formes de réappropriations créatives prônées par le *copyleft* et au *deepfake* comme arme d’illusion massive.

Les étudiants (dont certains qui n’avaient jamais ou peu travaillé avec des outils audio numériques, s’en sont vite emparés) se sont réappropriés la thématique de la copie (à différents degrés de forme mais aussi de fond, et ce jusqu’au plagiat musical) en choisissant des axes de recherche en lien avec leur préoccupation.

Dans le cadre de l’exposition qui conclut ce «work in progress», sont proposés des créations sonores qui traitent de sujets sociétaux tels que l’aliénation par la répétition des gestes du quotidien ou du travail, la ritournelle comme bruit de fond dans les médias et le discours politique des grands de notre monde viral, la sauvegarde de la mémoire et ses supports d’inscription, la frontière entre l’hommage et le plagiat, le mimétisme comme mode de construction social chez l’adolescent, le simulacre de la voix humaine dans les assistants vocaux et le marché de l’attention, le phénomène d’écho comme révélateur d’espaces urbains ou encore celui de la question de la traduction et sa possible altération du sens.

Cette pluralité d’approches et de questionnements chez les étudiants nous révèle à quel point la question de la copie hante nos réalités multipliées et l’écoute que nous leur prêtons.



### **Marie Bertrand**

Dans *No Pain No Game* (présenté sous forme d'installation/environnement sonore et de performance), Marie traduit en son l'aliénation du travail (ici dans la vente en boulangerie) par la répétition de gestes qui sont devenus automatiques et de phrases toutes faites.

### **Sheima Ben Nasr**

Avec *Routine sonore*, Sheima retrace une journée type d'une étudiante en confinement, une routine qui peut se copier d'une personne pour se coller à une autre. Elle s'interroge sur la possibilité transformation de l'ennui provoqué par le confinement en une source d'une autre forme de bonheur.

### **Ismaël Cabelo Salcedo**

Il s'agit ici d'aborder la chronique de la pandémie à travers des discours symboliques qui montrent les réactions que plusieurs responsables politiques de différents pays ont communiqué face à la situation, chaque discours pouvant ressembler à une copie d'un autre dans une forme de répétition à l'échelle médiatique internationale.

### **Élodie Dufrasne**

Avec *Hoteliforni a-ah*, Elodie étudie les limites du plagiat (dont les règles juridiques et artistiques qui le définissent relativement floues) dans la culture pop et plus spécifiquement des chansons devenues des tubes mondiaux.

### **Aurélié Jamar**

Aurélié a exploré les notions d'écholocalisation (la capacité de détecter des objets dans leur environnement au travers d'échos reçus de ces objets) et de paysage sonore (désignant un environnement acoustique) ainsi que les propriétés acoustiques des espaces urbains.

### **Coralie Mallinus**

*Je te sers moi non plus* interroge la relation entre humain et robot mais aussi l'identité de la marque (le branding), la captation de l'attention à des fins consuméristes allant jusqu'à la manipulation mentale, mettant à mal la notion du libre arbitre.

### **Jessie Manica**

Dans *Buni* (le nom de son arrière-grand-mère roumaine), Jessie aborde les questions liées aux souvenirs, à la transmission (également intergénérationnelle) ou disparition de la mémoire, la pertinence de la trace des événements ainsi que la traduction linguistique (ici du roumain en français) mais aussi technologiques (des vieux au nouveaux médias)