

ID: 1098

Catégorie: FLM

Nombre de mots : 794

Le monde musical en harmonie avec les médias

Imaginez-vous un monde où les danses TikTok n'existent pas. Où « aimer » des publications en ligne est insignifiant. Un univers entier où les mot-dièses ne sont que des touches appartenant aux claviers téléphoniques. Impossible, n'est-ce pas? Nous ne pouvons pas nier que les médias sociaux sont tissés dans notre vie quotidienne, ayant un impact direct sur les composantes de notre société. C'est justement le cas lorsqu'il s'agit du monde de la musique et de la création musicale! Heureusement, les réseaux sociaux exercent une influence plutôt positive par rapport à ce domaine. Permettez-moi de souligner certains de ces effets avantageux, concernant en particulier la publicité, la création de carrières et la propagation musicale.

Pour commencer, les médias sociaux facilitent énormément la publicité, étant l'outil parfait pour des artistes qui cherchent à partager leurs réalisations les plus récentes. Que ce soit l'annonce d'une nouvelle chanson ou d'une marque de produits, les réseaux sociaux garantissent que de l'attention y sera accordée. Prenez par exemple le rappeur Lil Nas X. En 2021, l'artiste de 23 ans a créé une abondance de drame sur les médias, ayant fait des publications qui suggéraient qu'il était enceint. Pourtant, ce fut tout simplement un coup de publicité qui a permis à Nas d'annoncer la « naissance » de son premier album. La publicité par réseaux sociaux est aussi utilisée par des artistes pour gagner et garder des admirateurs. Des applications comme Instagram, Twitter et TikTok, permettent aux musiciens d'investir le public dans leur vie quotidienne, en établissant des relations qui semblent plus personnelles. Enfin, les créateurs musicaux se servent des médias sociaux comme atout publicitaire pour leurs concerts. L'artiste Taylor Swift en est un exemple parfait, étant donné l'anticipation qu'elle a créé par rapport à sa tournée. Sa publicité en ligne fut tellement un succès que le site-web de Ticketmaster s'est même effondré en raison d'une sur-demande de billets.

Deuxièmement, les réseaux en ligne créent un lien entre l'industrie musicale et les métiers qu'elle offre. Ceux qui cherchent à poursuivre une carrière en tant qu'artiste peuvent tout simplement appuyer la touche « publier » pour partager leurs créations avec le monde entier. C'est exactement cette approche

qu'a adopté la chanteuse Olivia Rodrigo, ayant affiché ses premières quelques chansons sur Instagram. Les médias sociaux donnent ensuite la chance aux musiciens d'avoir une chanson « virale ». D'ailleurs, le site-web officiel de TikTok nous dévoile que plus de 430 vidéos musicales ont eu plus d'un milliard de « vues ». Si la vidéo est assez visionnée, l'artiste pourrait alors gagner de l'argent à mettre envers sa carrière musicale. Finalement, le public n'est pas le seul à visionner ces vidéos : les maisons d'enregistrement le font tout autant! Les médias sociaux donnent à ces entreprises l'embarras du choix concernant les artistes qui se conforment à leur modèle. C'est en effet grâce aux applications comme YouTube que des chanteurs célèbres, dont Ed Sheeran et Justin Bieber, ont capté l'attention des producteurs de musique, leur permettant de poursuivre des carrières épanouissantes.

En troisième lieu, la propagation musicale est rendue beaucoup plus efficace grâce aux médias sociaux. Il existe un nombre inimaginable de ressources qui permettent à l'auditeur de partager ses chansons préférées et de tenir des séances d'écoute en groupe. L'application Spotify, par exemple, a un programme qui permet à ses utilisateurs de publier leurs statistiques d'écoute. Selon un article du site-web TechCrunch, Spotify « Wrapped » est si populaire, qu'en 2021, ces statistiques ont été partagées sur les médias plus de 60 millions de fois! Ensuite, les réseaux en ligne nous permettent de diversifier la musique que nous écoutons. Grâce aux publications qui incluent de la musique ou qui jouent une chanson en arrière-plan, on est exposé à divers types de musique auxquels on n'écouterait pas habituellement. Un reportage de The Music Network ne fait que supporter cet énoncé, dévoilant que 63% des utilisateurs des médias sociaux y découvrent, en effet, des nouveaux actes musicaux. Dernièrement, les diffusions en ligne rendent ça plus facile que jamais de voir des artistes en concert. Donc, si vous n'avez pas envie d'acheter des billets qui vous coûtent les yeux de la tête, il existe toujours des diffusions en direct et des concerts en ligne qui coûtent beaucoup moins cher.

Pour conclure, nous vivons dans un monde tellement impliqué avec les médias sociaux, que leur influence sur la publicité, les carrières et la propagation musicale est inévitable. Il est toutefois rafraîchissant de voir qu'ils peuvent avoir un impact si positif dans une industrie comme celle-ci. Tout compte fait, les médias sociaux travaillent en harmonie avec le monde musical, lui permettant de réaliser son objectif le plus important : d'unir et de rapprocher. Comme l'a dit la célèbre chanteuse Ella Fitzgerald, « La musique est le langage universel... elle nous rassemble tous ensemble. »