

**ID:** 1251

**Catégorie:** FLS

**Nombre de mots :** 749

### **Le pouvoir des médias sociaux: une force pour changer à jamais l'industrie de la musique**

Au cours des 70 dernières années, la formule pour créer et distribuer de la nouvelle musique est restée fondamentalement la même: on écrit une chanson, on l'enregistre sur vinyle ou sur cassette, et on convainc une station de radio de diffuser ce nouveau chef-d'œuvre. Ensuite, il doit attirer l'attention des promoteurs et des distributeurs de disques, dans l'espoir d'augmenter les ventes de disques.

Cependant, au cours des dix dernières années, une nouvelle technologie appelée "médias sociaux" est apparue sur la scène et a révolutionné la façon dont la musique est créée, jouée, annoncée, distribuée et vendue aux fans. Les créateurs de musique utilisent désormais les médias sociaux comme un nouveau moyen d'atteindre leur public directement et immédiatement. Les artistes peuvent désormais créer un jour, puis lancer leurs créations directement dans le cyberespace le lendemain pour que le public du monde entier puisse les voir, les écouter, les partager et les télécharger ou acheter. Les artistes musicaux peuvent désormais se connecter directement avec leurs fans en temps réel, de manière brute et non filtrée via ces plateformes de médias sociaux toujours plus sophistiquées.

Parmi celles-ci, TikTok est aujourd'hui devenue la principale plateforme d'écoute musicale pour les créateurs de musique et leurs fans. Grâce à la puissance de l'algorithme de TikTok, un système de "likes" et de "reposte", une chanson peut en un clin d'œil devenir "virale" dans le monde entier. Le résultat est que les fans connaissent immédiatement l'existence d'une chanson, aiment cette chanson, partagent son contenu, la téléchargent, parlent à leurs amis de leur découverte et partagent ce nouveau joyau musical avec d'autres. Les plateformes de médias sociaux comme TikTok contribuent à créer un lien émotionnel entre l'artiste musical et le fan. Qu'il s'agisse de Taylor Swift ou de Kanye West, les fans peuvent se sentir directement connectés à leur artiste préféré en parcourant leurs flux de médias sociaux respectifs et en attendant le

moindre mot inspiré de leur célébrité musicale.

En plus, les maisons de disques l'ont remarqué. Pour elles, l'avènement des médias sociaux a été une bénédiction mitigée. Il a créé de nouvelles opportunités commerciales en ligne, mais il a presque détruit

à lui seul le commerce de détail de la musique en brique et mortier. Désormais, la musique est achetée et vendue par des moyens virtuels, directement aux consommateurs. Les maisons de disques ont dû s'adapter pour rester en activité. Mais comment? Elles ont appris à s'associer à des artistes de premier plan disposant d'une forte base de fans en ligne et travaillent ensemble à la création d'un site web bien conçu permettant à l'artiste de commercialiser ses offres musicales et ses réflexions. Plus besoin de se rendre chez les disquaires ou de copier de vieilles cassettes. La nouvelle musique est maintenant disponible immédiatement, par téléchargement, pour que les fans puissent en profiter.

Cependant, cette nouvelle façon d'accéder à la musique a créé des maux de tête à la fois pour l'artiste, les promoteurs musicaux et l'industrie du disque. Le piratage, le téléchargement et le partage illégal de chansons et d'autres formes de propriété intellectuelle peuvent ne pas être contrôlés, ce qui coûte aux artistes et à l'industrie des millions de dollars par an en manque à gagner.. Pour contrer cette menace de vol, les artistes et leurs managers deviennent de plus en plus créatifs. Sachant que les fans veulent entendre régulièrement leurs idoles musicales, ces mêmes artistes leur donnent ce dont ils ont besoin : De la nouvelle musique! Un artiste comme Drake prévient en ligne 24 à 48 heures à l'avance, via Instagram, qu'il est sur le point de publier un "titre" un jour et à une heure prédéterminés. Des millions de personnes seront prêtes, attendant à l'heure prévue pour écouter et télécharger fébrilement. Si l'internet s'effondre, alors le titre est considéré comme un succès retentissant.

Pour conclure, chaque Drake et Taylor Swift qui vivent comme des rois de la musique, il existe des millions d'artistes en herbe qui rêvent d'une reconnaissance publique de leurs talents artistiques. Toutefois, leur nombre de "likes" se compte en centaines, voire en milliers, et non en millions ou dizaines de millions comme Drake. Leur présence en ligne est plutôt un moyen de partager leurs histoires musicales personnelles avec un public beaucoup plus large que ce qui aurait été possible avant l'avènement d'Internet. Un "pouce bleu" et un "like" sincère partagés par un adepte enthousiaste est tout ce dont un créateur de musique a vraiment besoin, car les millions de "likes" viraux et les richesses incalculables devront peut-être attendre un jour de plus.