

Dossier thématique n°65 «Voir le rap: clips et cultures visuelles des musiques hip-hop»

Dossier coordonné par Keivan Djavadzadeh et Lune Riboni (Cemti - Université Paris 8)

Pour certains, « le clip, en tant que tel, n'est aujourd'hui guère plus qu'une enveloppe qui recouvre une chanson » (Straw, 2018, 187). Comment dès lors expliquer la popularité du *streaming* vidéo ? Celui-ci occupe aujourd'hui une place centrale dans la consommation de musique en ligne, à part quasiment égale avec le *streaming* audio (respectivement 31 % et 32 %), selon le dernier rapport de la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI, 2023). Les consommateurs de vidéo YouTube se désintéresseraient-ils de l'aspect visuel, écoutant les clips plus qu'ils ne les regarderaient (Kaiser et Spanu, 2018) ? Il paraît difficile d'imaginer que les auditeurs ne soient pas, dans le même temps, des spectateurs – surtout dans le cas du rap où l'image joue un rôle central en raison des « registres de l'authenticité et de la légitimité » propre à cette musique (Guillard et Sonnette, 2020). Les clips, mais aussi les pochettes d'album, les photographies, les Unes de magazine ou encore les visuels promotionnels participent depuis les débuts du genre musical de la construction d'une esthétique et d'un imaginaire forgés à l'intersection de la race, du genre et de la classe (Collins, 2004). On peut ici penser au travail de Franck Freitas (2011), qui analyse la façon dont le clip de la chanson *In Da Club* de 50 Cent s'inscrit dans un marketing narratif autour de l'authenticité raciale, ou à celui d'Emily Q. Shuman à propos de l'esthétique et de la performativité de la race dans l'œuvre de la rappeuse Casey (Shuman, 2021).

Les représentations visuelles contribuent à façonner la *persona* (Dyer, 2004 [1998]) des artistes et participent de manière singulière au succès de morceaux, imposant certains comme des « classiques ». Difficile en effet de penser au groupe PNL sans avoir à l'esprit leur série de clips qui, de *Jusqu'au dernier gramme*, véritable court-métrage de 29 minutes, à celui de *Au DD*, tourné en haut de la tour Eiffel, les a fait entrer « dans la légende ». Le rappeur Fianso a lui aussi construit son image en faisant du clip vidéo une composante essentielle de son projet créatif, réalisant plusieurs clips dans les quartiers populaires les plus connus de l'hexagone, de la Seine-Saint-Denis aux quartiers nord de Marseille pour l'album *On est passés chez So*. Quant à Shay, c'est avec deux clips remarquables posant la question du regard qu'elle effectuait son retour, en 2018 avec *Jolie* et en 2022 avec *Da*. Aux États-Unis également, les clips ont de longue date été investis par les artistes hip-hop, participant de la diffusion de codes et d'une esthétique à l'échelle internationale, comme observé avec la popularisation du gangsta rap californien dans les années 1990.

Si les clips semblent aujourd'hui omniprésents et sont largement partagés et commentés en ligne, leur importance ne date pas de l'avènement des réseaux sociaux numériques et du *streaming* (Jullier et Péquignot, 2013). Ils ont par ailleurs souvent servi à appuyer l'ancrage social et spatial des artistes, constitutif du genre musical (Guillard, 2017). Robin D. G. Kelley notait déjà à la fin du millénaire que « le hip-hop, comme d'autres musiques populaires, est devenu un genre musical très visuel reposant sur des représentations imagées attestant que l'artiste est issu des ghettos et d'un environnement difficile » (Kelley, 1997, 141). Le vidéoclip ne sert pas uniquement à attester d'une appartenance à un territoire et un milieu social mais aussi à construire et alimenter une culture visuelle aux références multiples. Que serait le morceau *California Love* de 2Pac et Dr. Dre, sorti en 1995, sans son clip mythique inspiré de l'univers du film *Mad Max* ? De nombreux clips de rap s'inspirent explicitement du cinéma ou des séries télévisées, à l'image du désormais classique *L'empire du côté obscur* d'IAM inspiré par la saga *Star Wars*, de *Phénomène* de Kekra, dont l'univers post-apocalyptique évoque celui de *Blade Runner* ou de *Gomorrah* de SCH, tourné à Scampia

en Italie et qui évoque la série à succès du même nom. Les liens ne sont néanmoins pas à sens unique et le rap a également nourri les représentations cinématographiques et sérielles, en particulier aux États-Unis. Ainsi, pour ne prendre que les exemples les plus connus, du film *Do the Right Thing* de Spike Lee ou de la série *The Wire* de David Simon.

Ce numéro de la revue *Études de communication* se veut un espace réflexion pour saisir une part des enjeux de représentation qui traversent les vidéoclips de rap, en particulier dans la tension entre évocations verbales et visuelles. Trois axes sont envisagés :

1. Clips, cultures visuelles et rapports sociaux

Cet axe invite à une lecture des clips et des cultures visuelles des musiques hip-hop en termes de rapports sociaux. Quelle forme prend la mise en visibilité de ces derniers, alors même que le rap est largement associé à la jeunesse ethnoracialisée des classes populaires et que, dans le même temps, des artistes revendiquent un « mandat de responsabilité minoritaire » (Hammou, 2014, 242) ? Quelles influences nourrissent l’imaginaire visuel des clips de rap ? S’agit-il toujours, aujourd’hui, de reproduire l’univers de la « banlieue » ou du « ghetto » ou, au contraire, de s’en affranchir visuellement ? Dit autrement, les artistes ont-ils/elle la possibilité de faire évoluer le « contrat de communication » visuel (Charaudeau, 2011) ? Il s’agira également de s’interroger sur les performances de genre et les expressions visuelles de la masculinité et de la féminité dans le rap à des fins d’authentification par les artistes, qu’il s’agisse des mises en scène d’une « masculinité de protestation » (Connell, 2014) ou d’une féminité sexualisée. Comment comprendre par exemple les débats contemporains autour d’une prétendue « hypersexualisation » dont se rendraient coupables certaines artistes féminines de rap (Djavadzadeh, 2021) ? Les clips de rap font-ils « genre » (Lepers et Sauvage, 2023) ?

2. (Contre-)Publics, réception et controverses

Comment les clips sont-ils reçus dans les médias et par différents publics, nourrissant parfois des controverses sur les questions de sexisme et de (anti)racisme ? Le rap se retrouve souvent, de manière figurée mais aussi au sens littéral, sur le banc des accusés en raison de son esthétique et de sa « littéralisation ». Sont reprochés aux clips leur sexisme, leur glorification de l’illégalité, à travers l’exhibition d’armes à feu par exemple, ou encore un prétendu « racisme anti-blanc ». Si le réalisme d’une grande partie des clips de rap peut être envisagé comme une ressource esthétique, il offre également une prise à des formes d’illégitimation artistique dans le débat public et devant les tribunaux (Carinos Vasquez, 2022). La question du sexisme ou de l’hypersexualisation que promouvraient les clips de rap peut également être mobilisée à des fins de différenciation et de hiérarchisation artistique dans les médias (Dalibert, 2018). Au-delà de la réception médiatique, il s’agira aussi de s’intéresser à la façon dont différents (contre-)publics et communautés interprétatives rejettent, s’approprient ou détournent les esthétiques et les clips.

3. Produire l’imaginaire : figures professionnelles et conditions de production à l’ère du numérique

Cet axe ambitionne d’interroger les figures professionnelles de l’image ou de la figuration dans le rap, ainsi que les effets des numérimorphoses de l’industrie musicale sur les cultures visuelles du rap. Comment les clips sont-ils construits aujourd’hui, et par qui ? Dans quelle mesure le rap produit-il ses propres professionnel.les, comme par exemple des « clippeur.euses » ou directeur.rices artistiques spécialisé.es dans le genre ? Existe-t-il un

marché spécifique de la figuration propre aux clips de rap, à l'image de ce qu'on peut observer aux États-Unis avec les « *video vixens* » (Keyes, 2016)? Des enquêtes journalistiques, comme celle d'Anissa Rami (2022), semblent en effet suggérer un fonctionnement proche en France. Par ailleurs, l'économie du clip de rap diffère-t-elle de celle des autres genres musicaux ? On se demandera comment l'indépendance revendiquée dans le rap (Garcia, 2021) produit – ou non – une esthétique singulière et a des conséquences sur les circulations des cultures visuelles du rap.

C'est à ces questions, et à d'autres, que les différentes contributions tenteront d'apporter des éléments de réponse.

Comité de lecture

Anouk Bélanger (CRICIS, Université du Québec à Montréal, Canada)
Maxime Boidy (LISAA, Université Gustave Eiffel)
Maxime Cervulle (Cemti, Université Paris 8)
Franck Freitas-Ekué (GERiCO, Université de Lille)
Karim Hammou (Cresppa-CSU, CNRS)
Tony Haouam (Tufts University)
Antoine Gaudin (IRCAV, Université Sorbonne Nouvelle)
Sarah Lécossais (Labsic, Université Paris 13)
Emmanuel Parent (APP, Université Rennes 2)
Julien Péquignot (LERASS-CERIC, Université Paul Valéry Montpellier 3)
Nelly Quemener (GRIPIC, CELSA – Sorbonne Université)
Sarah Sepulchre (GIRCAM, Université catholique de Louvain, Belgique)
Emily Shuman (RICH, Université Radboud de Nimègue, Pays-Bas)
Marie Sonnette-Manouguian (Cerlis, Université d'Angers)
Will Straw (Université McGill, Canada)

Sélection des propositions

La sélection des propositions de contribution se fait en deux temps :

- sur la base d'un résumé de 1 500 à 2 000 mots (hors bibliographie) qui présentera les objectifs, l'argumentation et l'originalité de la proposition ainsi que quelques orientations bibliographiques,
- pour les résumés retenus, une seconde évaluation sera réalisée sur la base des articles définitifs.

Les instructions aux auteurs, à **respecter scrupuleusement**, sont disponibles sur le site de la revue : <https://journals-openedition-org.accesdistant.bu.univ-paris8.fr/edc/668>

L'évaluation sera assurée de manière anonyme par au moins deux lecteurs du comité.

L'envoi des résumés au plus tard le 21 décembre 2024 au format Word (.docx) ou OpenDocument (.odt) se fait aux adresses suivantes :

- kdjavadzadeh@univ-paris8.fr
- ulriboni@visualpolitics.fr

Les propositions d'articles et les articles définitifs d'une longueur de 35 000 à 40 000 signes (espaces, notes de bas de page et bibliographie compris) peuvent être soumis en français ou en anglais. Les articles définitifs sont publiés en français pour la version papier du numéro de la revue, français (et le cas échéant en anglais) pour la version électronique. Aucun engagement de publication ne peut être pris avant la lecture du texte complet.

Calendrier

- 21 décembre 2024 : soumission des résumés pour évaluation
- 15 février 2025 : notification de l'acceptation ou du refus
- 15 mai 2025 : soumission de la version complète des articles
- 15 juin 2025 : envoi de la deuxième évaluation
- 15 juillet 2025 : réception de la version définitive des articles
- décembre 2025 : publication du dossier dans le numéro 65 d'*Études de communication*

Bibliographie

Carinos Vasquez E. (2022). Le rap au prétoire : luttes politico-judiciaires autour de deux clips (Jo le Phéno et Nick Conrad). *Biens Symboliques*, 10. <https://doi-org.accesdistant.bu.univ-paris8.fr/10.4000/bssg.1025>

Charaudeau, P. (2011). *Les médias et l'information*. De Boeck.

Collins, P. H. (2004). *Black Sexual Politics. African Americans, Gender, and the New Racism*. Routledge.

Connell, R. (2014). *Masculinités. Enjeux sociaux de l'hégémonie*. Éditions Amsterdam.

Dalibert M. (2018). Les masculinités ethnoracialisées des rappeur.euse.s dans la presse. *Mouvements*, 96, 22-28. <https://doi-org.accesdistant.bu.univ-paris8.fr/10.3917/mouv.096.0022>

Djavadzadeh, K. (2021). *Hot, Cool & Vicious. Genre, race et sexualité dans le rap états-unien*. Éditions Amsterdam.

Dyer, R. (2004 [1998]). *Le star-system hollywoodien, suivi de Marilyn Monroe et la sexualité*. L'Harmattan.

Freitas, F. (2011). « Blackness à la demande ». Production narrative de l'« authenticité raciale » dans l'industrie du rap américain. *Volume !*, 8(2), 93-121. <https://doi-org.accesdistant.bu.univ-paris8.fr/10.4000/volume.2696>

Garcia, P. (2021). L'indépendance est morte, vive l'indépendance. Entre contraintes matérielles et enjeux symboliques : une analyse de l'évolution de « l'indépendance » dans le rap en France. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 22, 19-34. <https://doi-org.accesdistant.bu.univ-paris8.fr/10.3917/enic.030.0019>

Guillard, S. (2017). « Getting the city on lock » : imaginaires géographiques et stratégies d'authentification dans le rap en France et aux États-Unis. *L'Information géographique*, 81, 102-123. <https://doi-org.accesdistant.bu.univ-paris8.fr/10.3917/lig.811.0102>

Guillard, S. et Sonnette, M. (2020). Légitimité et authenticité du hip-hop : rapports sociaux, espaces et temporalités de musiques en recomposition. *Volume !*, 17(2), 7-23. <https://doi-org.accesdistant.bu.univ-paris8.fr/10.4000/volume.8482>

Hammou, K. (2014). *Une histoire du rap en France*. La Découverte.

Kaiser, M. et Spanu, M. (2018). « On n'écoute que des clips ! » Penser la mise en tension médiatique de la musique à l'image. *Volume !*, 14(2), 7-20. <https://doi-org.accesdistant.bu.univ-paris8.fr/10.4000/volume.5658>

- Keyes C. (2016). « Ain't Nuthin' but a She Thang » : Women in Hip-Hop. P. K. Maultsby et M. V. Burnim (dir.), *Issues in African-American Music. Power, Gender, Race, Representation*. Routledge, 306-327.
- Jullier, L. et Péquignot, J. (2013). *Le clip. Histoire et esthétique*. Armand Colin.
- Kelley, R. D. G. (1997). *Yo' Mama's Disfunktional ! Fighting the Culture Wars in Urban America*. Beacon Press.
- Lepers, M. et Sauvage, C. (2023), Introduction : quand les clips font genre. *Genre en séries*, 15. <https://doi-org.accesdistant.bu.univ-paris8.fr/10.4000/ges.3823>
- Nielson E. et Dennis A. L. (2019). *Rap on trial. Race, Lyrics, and Guilt in America*. The New Press.
- Shuman, E. Q. (2021). Esthétique et performativité de la race dans « Créature ratée » de Casey. *Itinéraires*, 3. <https://doi-org.accesdistant.bu.univ-paris8.fr/10.4000/itineraires.8805>
- Straw, W. (2018). Le clip vidéo et ses contextes : 30 ans plus tard. *Volume !*, 14(2), 187-192. <https://doi-org.accesdistant.bu.univ-paris8.fr/10.4000/volume.5589>