Zeitschrift: Macolin : revue mensuelle de l'École fédérale de sport de Macolin et Jeunesse + Sport

Herausgeber: École fédérale de sport de Macolin

Band: 52 (1995)

Heft: 4

Artikel: Musique et mouvement (7) : la musique, source d'atmosphère, de récréation et de compréhension

Autor: Greder, Fred

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-997822

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

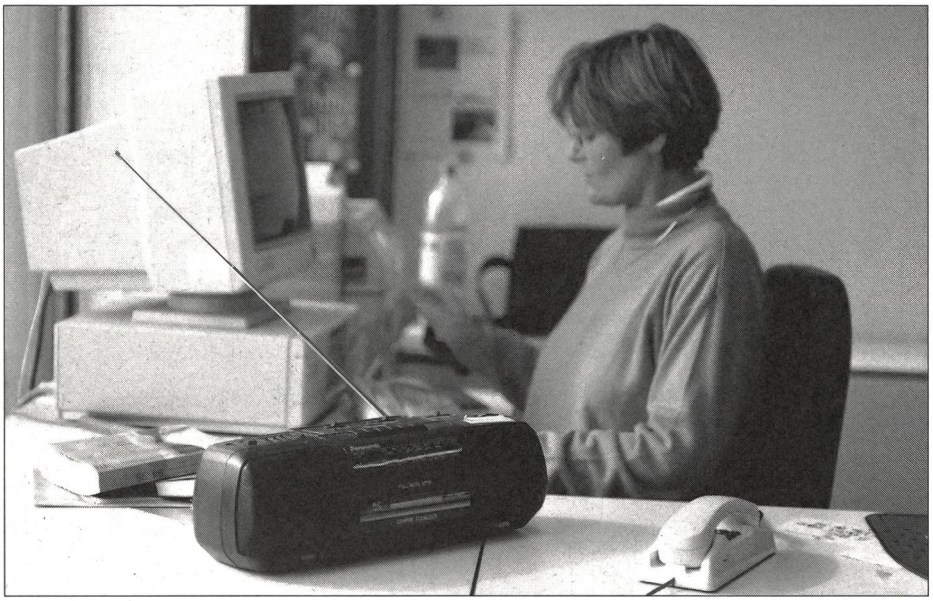
Download PDF: 11.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Musique et mouvement (7)

La musique, source d'atmosphère, de récréation et de compréhension

Fred Greder
Traduction: Yves Jeannotat



De nos jours, la musique sert à tout et à rien! Son utilisation fonctionnelle est dangereuse. La musique constitue un bien culturel trop précieux pour qu'on ne lui accorde pas à la fois toute l'attention et tout le respect voulus.

La musique d'atmosphère donne progressivement lieu à une mode d'écoute que nous devrions, somme toute, refuser d'accepter. La musique utilisée sur la base de motivations extérieures aux objectifs qui lui sont propres a quelque chose d'humiliant, sa fonction étant alors assimilée à un simple bruitage.

Ambiance et atmosphère

Au magasin, au bureau et en d'autres lieux de travail, on dit que la musique contribue à créer une meilleure ambiance, à réchauffer l'atmosphère. En certains endroits, si elle est choisie en conséquence, on la dit propice au «climat de travail» et à l'«accroissement du rendement à la production», d'où l'horrible appellation de «musique fonctionnelle». Cette musique, disons-le d'emblée, n'a plus rien à voir, hélas, avec les délicieuses chansons que fredonnaient les cordonniers, menuisiers, boulangers et tailleurs du Moyen Age pour cadencer leur travail d'artisans.

Le mobile psychique peut sans doute être le même. Mais, aujourd'hui, c'est la mécanisation et le brassage des masses qui prennent le dessus. En bref, plus une musique est de qualité, plus il est aberrant de s'en servir pour meubler l'atmosphère. Une musique de valeur exige et mérite une attention soutenue. La musique destinée à créer un fond sonore est peut-être un moyen efficace de stimuler le rendement, préoccupation souvent prioritaire – peu importe que ce soit en studio, au bureau, en fabrique ou dans une exploitation agricole, à l'heure de la traite des vaches – mais le résultat finit toujours par se retourner contre elle. De fait, il n'appartient pas à la musique d'ouvrir la voie à une activité pratique quelconque. Si c'était le cas elle ne serait plus, il faut bien le dire, qu'un vulgaire stimulant parmi d'autres, ce contre quoi il faut s'élever avec véhémence.

Le déferlement de sons auquel l'être humain est confronté aujourd'hui nuit à son équilibre car, l'attention n'y étant plus, il contribue à émousser ses sens. L'audition d'une musique exige en fait, de sa part, qu'il prenne conscience et qu'il soigne les liens qui l'unissent à elle.

Sport et fond sonore

L'activité sportive fait, elle aussi, de plus en plus souvent appel à la musique dans le but de créer une atmosphère propice ou, tout simplement, pour lui servir de fond sonore. Admettons qu'elle puisse favoriser l'animation et stimuler la motivation. Ce n'est pas toujours, à mon sens, une justification suffisante. En effet:

- Servant de fond sonore, la musique n'agit pas sur l'évolution du mouvement: elle ne le soutient pas, elle ne l'accompagne pas (ou, si c'est le cas, c'est par hasard), il n'y a pas synchronisation entre le mouvement et elle.
- Servant de fond sonore, la musique perturbe très rapidement l'enseignement, notamment, si la puissance du son est trop élevée; les explications du maître ne sont plus comprises, sans dire que le rythme ne correspond pas à la cadence du mouvement, etc.
- Utilisée pour créer un fond sonore, la musique peut donc être gênante et exercer des effets contraires à ceux que l'on attend d'elle (tous les élèves ne réagissent pas de la même façon à son audition).
- Si l'on tient absolument à donner au sport un fond sonore, il faut pour le moins qu'il soit très doux et en aucune façon agressif.

Moyen de communication

Depuis que les hommes font du théâtre – donc depuis qu'ils existent – la musique leur a permis d'élargir l'expressivité de leurs paroles tout en donnant à ces dernières, en plus, davantage de profondeur. Elle éclaircit et précise la compréhension de nombreuses scènes de création et d'action trop obscures de par elles-mêmes. Dans un film sonore, elle sert en outre à masquer la platitude de certains comédiens, voire de certains metteurs en scène. Et, depuis que la télévision existe, c'est aussi à elle qu'on fait appel pour donner un tant soit peu de consistance à des films publicitaires généralement dépourvus de substance et de relief, tout comme c'est aussi le cas, par ailleurs, des textes eux-mêmes.

Dans ce cas, la musique revêt la fonction de moyen de communication. Elle favorise la relation entre les êtres. Elle est en mesure de donner, à un événement, une intensité qui surpasse souvent de loin celle que lui confère le verbe. Les mots forment, parfois, des enchaînements fragiles et incohérents, ce qui n'est généralement pas le cas de l'évolution musicale, constante et harmonieuse.

La musique appliquée comme moyen de communication appelle le plus souvent des réactions d'ordre émotionnel, dont on est loin de pouvoir toujours mesurer les conséquences. Il est vraisemblable que la plupart des gens sont davantage impressionnés par une mélodie que par une image. L'audition d'un morceau de musique facilite aussi, dans une large mesure, la compréhension mutuelle, la complicité et les regroupements, et cela beaucoup plus que ne peut le faire, par exemple, la contemplation d'une image. Une musique de film documentaire ou publicitaire, une musique de cirque ou de scène composée spécifiquement pour l'occasion, le montage de séquences musicales à partir de compositions déjà existantes ont presque toujours pour but de déclencher, chez ceux qui écoutent, des réactions bien précises. La règle veut, en effet, que cet amalgame souligne, renforce, précise, interprète, commente l'évolution scénique. La musique peut illustrer et profiler l'action en cours, lui donner de l'envergure, de la couleur, de la profondeur. Elle est capable de provoquer le dépaysement par l'introduction de compositions d'origine ou par l'utilisation d'instruments populaires d'une autre époque. Elle peut créer un fond adapté au cheminement de l'expression visuelle ou, au contraire, à tel point contrasté qu'elle donne l'impression de le prendre à contre-pied. Automatiquement, cela incite le spectateur à prendre parti. De fait, utilisée de la sorte, la musique s'adresse toujours aux spectateurs, les uns réagissant positivement, les autres négativement aux figures et situations qui leur sont proposées.

Associations d'idées

Moyen de communication, la musique peut être investie de plusieurs fonctions, ce qui élargit considérablement l'éventail des possibilités de manipulation qui lui sont associées. A lui seul, le choix des instruments est à l'origine des associations les plus invraisemblables. Les genres musicaux créent l'ambiance et l'atmosphère qui vont permettre aux effets psychologiques déclenchés par certains timbres d'aller plus sûrement dans le sens des objectifs visés.

Voici quelques exemples d'instruments de musique et de la faculté qui leur est reconnue de susciter des associations d'idées:

- *Harmonica:* eau, matelot, bateau
- *Accordéon:* vie de bohème, Paris, bistrot, port
- *Tambour (roulements):* variétés, tension, sensation, marche, militaire
- *Cor:* diligence, chasse, forêt, appel...
- *Banjo:* «saloon», «dixieland», années vingt
- *«Campana»:* dimanche, église, paix
- *Castagnettes:* Espagne, corrida, flamenco
- *Guitare hawaiienne:* mer du Sud, nostalgie, oubli de la réalité
- *Cornemuse:* Ecosse
- *Trompette:* fanfare, puissance, avertissement, victoire
- *Synthétiseur, clavier, orgue, instruments à percussion, instruments à cordes (accords):* science-fiction
- *Tuba, contrebasson, timbales, clarinette-basse:* horreur

Fond musical

En règle générale, la musique qui sert de fond sonore à des tableaux, à des scènes, à des créations ou à d'autres événements du même type n'a pas la prétention de se mettre elle-même en évidence. Il arrive pourtant, mais c'est très rare, qu'une musique dite «fonctionnelle» évolue de façon autonome parallèlement à l'action. De fait, la norme veut qu'elle illustre une scène en marche, qu'elle lui serve de décor sonore et de soutien psychologique, qu'elle jette des passerelles entre ses différentes phases, qu'elle colmate les brèches spatio-temporelles, qu'elle profile artificiellement les passages longs et ennuyeux et qu'elle garde constamment l'attention en éveil. En outre, ce genre de musique se doit également de correspondre aux habitudes auditives des milieux dans lesquels elle est diffusée car, si ce n'était pas le cas, elle ne remplirait pas la «fonction», justement, qui lui est assignée. La musique de film, par exemple, exige des effets. Ce sont eux et les réactions qu'ils appellent qui justifient sa présence et la dépense de l'énergie auditive qu'elle sollicite des «spectateurs», dépense qui, selon les estimations, s'élève à quelque vingt pour cent, le reste concernant la dépense d'énergie visuelle.

Ce qui vient d'être dit concerne, il convient de le souligner, la masse des productions «ordinaires» qui envahissent le marché bien davantage que les grands films cinématographiques ou télévisés. S'il est vrai que, dans un opéra, l'ouverture a une mission bien spécifique à remplir, tout comme la mélodie qui sert de thème principal à une comédie musicale, le prélude d'un film a, lui aussi, un rôle de premier ordre à jouer:

- En général, son caractère correspond à l'atmosphère du film;
- Il éveille et capte la concentration des spectateurs;
- Il permet de mieux supporter un générique souvent long et ennuyeux;
- En bref, son absence éventuelle équivaudrait à une lacune déconcertante et regrettable.

On retrouve de tels procédés destinés à éveiller et à soutenir l'attention dans d'autres domaines encore: spectacles avec pause(s) intermédiaire(s) tels que hockey sur glace ou football américain, entrées en scène de sportifs sur un thème choisi comme cela se fait en boxe parfois, voire dans les concours d'athlétisme en salle, intermèdes musico-téléphoniques qui permettent, dans une grande entreprise par exemple, de faire patienter plus agréablement celles et ceux qui appellent.

Musique et publicité

La musique peut également être étroitement associée à la publicité. Les 70 à 80 pour cent de tous les spots publicitaires radiophoniques ou télévisés prennent appui d'une façon ou d'une autre sur une structure musicale. On en comprend plus facilement la raison si l'on sait que, de toutes les formes de communication perceptibles par les sens, la musique est celle qui touche avec le plus de force, d'intensité et de persistance la nature affective de l'être humain. Grâce à la richesse des genres musicaux et des arrangements de toutes sortes, il est en outre dans l'ordre des choses de susciter à volonté, chez lui, les sentiments les plus divers. Mais, il faut le souligner, la musique utilisée à des fins publicitaires est aussi superficielle et uniforme que les slogans qu'elle est censée mettre en valeur. Elle s'inspire presque toujours des rengaines populaires à la mode, mais aussi de certaines musiques classiques connues, baroques, notamment, en raison de la tendance qui existe à les associer aux événements de caractère solennel et à une certaine joie de vivre. Dans tous les cas, il s'agit de mélodies qui se retiennent facilement, produites pour la cause ou arrangées comme il se doit en

Musique et mouvement

La série

1) Place de la musique dans la vie de l'être humain
2) La musique, moyen de psychorégulation
3) La musique, moyen de motivation, d'animation et de fascination
4) La musique dans l'apprentissage du mouvement et dans l'entraînement sportif
5) La musique et le mouvement en parfaite harmonie
6) La musique, moyen de jeu, d'improvisation et de création
7) **La musique, source d'atmosphère, de récréation et de compréhension**
8) Musique: prophylaxie et thérapie

fonction des exigences de la publicité. Il ne fait aucun doute que cette forme de contrainte exercée sur le téléspectateur par les publicistes, cette façon de l'obliger à associer une musique précise à un produit donné aboutit à une manipulation regrettable de sa faculté de perception générale et spécifique.

Dans le domaine de la musique publicitaire on distingue, aujourd'hui, celle qui favorise l'attention, celle qui sert de signal, celle qui stimule l'apprentissage et la mémoire, celle qui met en relief l'image d'un produit quelconque ou d'une personnalité, image d'un politicien par exemple. Les spécialistes américains de la publicité modèlent leurs spots en fonction d'un procédé qu'ils ont appelé «formule AIDA»: l'introduction s'y doit de capter l'attention (A) du téléspectateur avant d'éveiller son intérêt (I). Cela étant, le consommateur en puissance se met à désirer (D) si fortement le produit qu'on lui propose qu'il a hâte de passer concrètement à l'acte (A). En résumé, la musique publicitaire a donc pour objectif premier de créer, autour du consommateur potentiel, l'ambiance idéale qui va faire surgir ses besoins latents au moment idéal pour être satisfaits de façon idéale.

Quelques exemples

Margarine	→Sveltesse/ légèreté	→Harpe
Montre à quartz	→Mode/ précision	→Musique électronique
Fromage à pâte molle	→Gastronomie	→Clavecin
Parfum	→Séduction	→Mélodie fredonnée par un chœur de femmes
Jeans	→Jeunesse/ gaieté	→Musique rock
Veste de cuir	→Far West/ liberté	→Harmonica

Compte tenu de ces associations, il n'est pas étonnant que l'on se serve aussi, pour la publicité, de thèmes musicaux faciles à retenir, thèmes souvent liés à des films à succès. Pour aider à la promotion des cigarettes Marlboro, par exemple, il a été fait appel à un motif tiré de «Les 7 mercenaires», alors qu'on a vanté les qualités du camembert et des tourne-disques Philips au son de mélodies tirées de «Il était une fois dans l'Ouest». En plus du besoin qu'il a pour objectif de créer chez celle et celui qui le voient et l'entendent, le spot publicitaire se doit aussi d'incruster dans leurs mémoires de clients potentiels le produit mis en exergue. Et, une fois encore, les motifs clés, les rythmes caractéristiques et les mélodies à succès jouent, en cela, un rôle primordial.

Force d'expression

Enfin, il ne faut pas négliger la force d'expression que recèlent intervalles et accords ni, par conséquent, l'influence qu'ils sont susceptibles d'exercer sur le comportement de l'être humain. Un intervalle est la distance comprise entre deux sons. Comme cela vient d'être dit, leur impact peut être considérable, étant à l'origine d'émotions fortes et d'états d'âme très divers.

Quelques exemples

Secondes:
tranquillité, nonchalance, intériorisation, réflexion, tristesse, gravité

Tierces:
suavité, douceur, harmonie, détente, tranquillité

Quartes:
fraîcheur, légèreté, gaieté, plaisir, joie

Quintes:
clarté, détermination, certitude, confiance, crédibilité

Sixtes:
exubérance, tension intérieure

Septièmes:
impatience, nostalgie

Octaves:
vide, transparence

Pour sa part, l'accord parfait majeur et mineur a, lui aussi, une très grande force d'expression:

Accord parfait majeur montant:
joie communicative, décontraction, bonheur triomphal

Accord parfait majeur descendant:
résignation, consolation, sécurité

Accord parfait mineur montant:
soif de justice, souci, sentiment de révolte, entêtement

Accord parfait mineur descendant:
sentiment de pitié, séparation, drame

Utilisation dans le sport

Du moment que la musique est capable d'influencer, de stimuler, d'entraîner l'être humain dans de telles proportions et d'éveiller des émotions en si grand nombre en lui, il n'y a pas de raison que les divers domaines du sport ne puissent en profiter. Elle devrait pouvoir aider, par exemple, à consolider et à élargir la composante psychique dont les sportifs ont besoin pour accomplir une performance. On devrait également pouvoir s'en servir pour contrer les développements négatifs, tels que l'apparition du stress, la baisse de concentration ou le manque grandissant de confiance en soi.

Assumer la responsabilité

Nous sommes parvenus, aujourd'hui, à un important carrefour. Il n'est plus suffisant de s'y demander ce que l'on est en mesure de faire avec la musique. Il importe bien plutôt de savoir dans quelle mesure on a le droit de faire appel à ses services. Cette nouvelle conception ne va pourtant pas de soi, il faut l'admettre, et nombreux sont ceux qui éprouvent de la peine à l'adopter. Et pourtant: toute forme d'utilisation fonctionnelle de la musique devrait reposer sur une justification éthique et morale. Ceux qui se servent de la musique se rendent responsables de ses effets et ils doivent être prêts à assumer les conséquences qui peuvent en résulter. ■ *(A suivre)*