

## DESIGN SONORE : L'OUBLIÉ DE 2016 ?

*Publié le 19/01/2016*



**A l'heure où GIFs, photos et vidéos dominent le digital, le son tend à être relégué en arrière plan. Regard d'expert avec Miles Kempton Sound Designer chez Grand Central.**

Malgré la nouvelle année qui commence, vos souvenirs sonores 2015 sont bien là : du son qui vous aura fait vibrer jusqu'à celui des travaux qui auront eu lieu juste devant chez vous... vos souvenirs auditifs sont réels.

Dans les industries créatives, le son a longtemps été utilisé comme un outil pour stimuler les émotions des audiences. Cette importance accordée au son n'a eu de cesse d'augmenter au cours des dernières années, jouant un rôle grandissant dans le storytelling. Mais cet « atout sonore » reste encore sous-estimé par rapport au storytelling « visuel ». La force d'impact des nouveaux effets visuels a toujours – de façon compréhensible - remporté la bataille de l'attention, laissant la post production sonore loin derrière.

Alors qu'elle a des arguments à faire valoir dès 2016...

### **Une nouvelle espèce de consommateurs**

Plus que jamais, les marques les plus malignes de ce 21ème siècle offrent des expériences multi-sensorielles qui savent profiter des nouveaux médias pour éveiller l'attention de leurs consommateurs. Dans notre époque où de nombreux consommateurs ont appris à s'immuniser contre la publicité, les personnes attendent d'être diverties et engagées, et dans ce sens, le son peut être un vecteur crucial.

Par exemple, les développements dans le domaine de la réalité virtuelle auront des impacts sur la façon dont seront enregistrés les univers sonores apportant avec eux leur lot d'innovations.

Dans les expériences en réalité virtuelle, le son devra totalement fusionner avec l'univers visuel. Ce qui signifie qu'il devra être délivré de façon contextuelle et localisé dans l'espace. En d'autres termes : un son en 3D. Ces réflexes commencent à être développés dans les domaines de la réalité virtuelle et des jeux vidéo. Les technologies qui permettent la manipulation du son dans l'espace se développent très fortement, et continueront leur ascension en 2016. Le futur du cinéma audio se développe également très rapidement avec de nombreuses implémentations de sons et de formats immersifs : Dolby Atmos, Auro 3D, IMAX12, Sony DTSX...

### **Une nouvelle espèce de créativité**

Face à la baisse d'attention des audiences, cette industrie a été poussée à imaginer de nouvelles façons de se connecter au public. Dans le paysage des réseaux sociaux, vous n'avez que 5 secondes pour gagner l'attention de vos consommateurs ce qui explique, entre autres, le besoin de développer de plus en plus d'images animées.

L'animation et le besoin croissant de visuels accrocheurs ne doivent pas pour autant se faire au détriment d'expériences auditives bien pensées.

En tant que créateur, vous vous efforcez de créer un lien affectif pour attirer l'attention de votre audience. Le son travaille à créer cette connexion. Il vous permet de créer une ambiance, il génère des émotions tout en reliant le public à la réalité. En fait, le son crée un pont entre quelque chose d'abstrait et quelque chose de plus personnel : vos émotions, vos expériences, se retrouvent intégrés dans une expérience numérique grâce au son.

Pour 2016, construisons des expériences audio 3D en privilégiant une méthode d'enregistrement binaurale qui permettra à l'audience de se sentir intégrée à l'expérience, en l'immergeant de sons.

Le pouvoir de la musique réside dans sa capacité à dire quelque chose sans utiliser le moindre mot. 2016 verra de nombreuses utilisations astucieuses de ce médium... si nous lui laissons une chance et que nous ne l'écrasons pas derrière les visuels.