



**HAL**  
open science

## LA CHANSON CHEZ DISNEY une stratégie en chanté

Gérard Dastugue

► **To cite this version:**

Gérard Dastugue. LA CHANSON CHEZ DISNEY une stratégie en chanté. Inter-Lignes, 2018, Il était une fois.. Walt Disney, 21, pp.111-124. hal-02776102

**HAL Id: hal-02776102**

**<https://hal.science/hal-02776102>**

Submitted on 4 Jun 2020

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# LA CHANSON CHEZ DISNEY

## une stratégie en chanté

GERARD DASTUGUE  
URC.E.R.E.S. ICT

« Tous les plus grands succès de Disney ont été des films musicaux que cela soit *Blanche-Neige et les Sept Nains*, *Mary Poppins*, *Le Roi Lion* ou *La Reine des Neiges*. Walt Disney lui-même a [...] toujours voulu utiliser des chansons pour rythmer les œuvres et dérouler les histoires<sup>1</sup>. » Celui que Blaise Cendrars qualifiait de « poète à l'usine » avait très tôt compris que l'ambition artistique n'était pas ennemie du succès et que son monde en-chanté pouvait donner le *la* d'un courant *mainstream*, culture universelle du beau et du conte de fée réapproprié.

Le choix de Disney de prendre dans l'univers des contes de fées matière à récit cinématographique, s'explique non seulement d'un point de vue moral et artistique (des récits voilés d'un apprentissage qui s'avère projectif pour l'enfant, nostalgique pour l'adulte, voire pédagogique pour ce dernier devenu parent) mais aussi marketing (ces histoires appartenant le plus souvent à un inconscient collectif, connues et lues de génération en génération, le succès de leur adaptation est quasiment assuré). Disney, dans sa quête éperdue du beau - alliée à celle d'un public le plus large possible - érode les contes de leur aspects les plus négatifs (et pourtant formateurs) qui pourraient ne pas correspondre à ces valeurs de l'*American way of life* qu'il souhaite véhiculer à travers ce spectacle familial<sup>2</sup>.

La musique – et la chanson tout particulièrement - représente alors un paramètre incontournable de la « mise en images » Disney : qu'elle soit sujet ou objet, elle participe de ses airs à la mise en place d'un *decorum* artistique à même de conjuguer les autres talents sollicités dans la mise en scène du récit.

Le film d'animation, et la marge d'irréalité qu'on lui autorise, ainsi que la possibilité infinie de déformations plastiques qu'il permet, donnent aux réalisateurs toute la latitude de « contrepointer » une chanson avec des détails visuels et des jeux de scène parallèles, plaisants justement dans la mesure où ils restent non-dits, indépendants du texte et du contenu chanté<sup>3</sup>.

Michel Chion cite par ailleurs l'exemple de la chanson du Roi Louie dans *Le Livre de la Jungle* (1967) où le numéro chanté, très cabaret (voix de Louis Prima) anthropomorphise davantage encore le personnage, même si sa gestuelle – qui se veut humoristique dans l'accompagnement de la chanson - conforte bien son statut de grand singe. Cette constatation, avérée dans le cas de protagonistes non humanisés, prend une toute autre tournure dès lors qu'un visage et un corps peuvent incarner une chanson.

### CHANTER POUR S'ACCULTURER

La chanson est l'un des ferments de la culture américaine, les États-Unis s'étant fondés sur des vagues successives d'immigrants qui ont chacun, peu à peu, apporté dans leurs bagages les folklores et chansons du pays qu'ils laissaient derrière eux. Les airs accompagnent les migrants qui, arrivant à

---

<sup>1</sup> Franck ARMAND-ZUNIGA du site *Chronique Disney*, interviewé sur *Allociné* in « Comment *La Reine des Neiges* est-elle devenue le plus grand succès de l'histoire de l'animation ? »

URL : [http://www.allocine.fr/article/fichearticle\\_gen\\_carticle=18631419.html](http://www.allocine.fr/article/fichearticle_gen_carticle=18631419.html) (dernière consultation, 9 mars 2016)

<sup>2</sup> Voir à ce titre notre article « Les illusions parricides ou le réel anamorphosé » in Actes du colloque *Le Dessin Animé ou les métamorphoses du réel*, Interlignes, mars 2012, pp.303-318

<sup>3</sup> Michel CHION, *La musique au cinéma*, Paris, Fayard, 1995, pp.285-86.

New-York (à Ellis Island d'abord) vont rapidement créer une communauté d'expatriés. Les premiers spectacles, le cinéma au début du 20e siècle vont catalyser ces influences à travers le divertissement de masse.

Pour ces publics hétérogènes qui ne partagent pas (encore) la même langue, la musique oriente les émotions et permet à chacun de rire, pleurer, sursauter au même moment sans forcément saisir la teneur même d'un dialogue écrit sur un intertitre. Le pionnier David Wark Griffith avait bien compris ce facteur d'acculturation : les images du cinéma muet devaient, selon lui, être comprises par le monde entier, sans intermédiaire et immédiatement<sup>4</sup> car « l'image représentée était un symbole universel, et l'image mouvante un langage universel<sup>5</sup>. »

Ce n'est donc peut-être pas un hasard si le premier film parlant est un film musical. En 1927, *Le Chanteur de Jazz* d'Alan Crosland marque l'avènement du parlant et du musical synchrones. « Al Jolson remue les lèvres et sa voix tonne dans l'édifice cinématographique<sup>6</sup> ». Les quelques scènes dialoguées qui sont censées démontrer la toute-puissance des nouveaux procédés ne semblent que de vagues interludes entre les séquences chantées et dansées. Pour la première fois, le public américain peut voir et entendre un acteur en pleine synchronisation, évoluant et sautillant aux sons du piano bastringue, lancer un « *You ain't heard nothin' yet* / Vous n'avez encore rien entendu ! », gage de tous les possibles.

*The Jazz Singer* est également porteur d'une idéologie propagandiste. Le récit de Jackie Rabinovitz, appelé à devenir cantor à la synagogue mais se rêvant chanteur de jazz, s'inscrit dans la lignée du récit américain – *self-made man* et dépassement de soi – que Disney reprendra par la suite dans ses films d'animations.

## LA MUSIQUE CHEZ DISNEY

Parce qu'il voit très tôt les infinies possibilités que peut apporter le son synchrone, Walt Disney propose avec *Steamboat Willie* (1928), non seulement la naissance d'un nouveau héros - son Mortimer rebaptisé Mickey Mouse - mais surtout la naissance d'un univers animé sonore. L'esprit, l'*anima* n'est pas simplement donné au personnage, les objets semblent doués sinon de raison du moins d'une existence réaliste. Et les bruits de percussion sur une casserole font vivre à l'écran la matière, la résistance, la lourdeur :

Tout peut devenir instrument de musique, le rythme peut être appliqué à n'importe quel corps sonore, et la synthèse [...] permet de faire sonner en rythme toute la création. Telle est la découverte permise par le cinéma synchrone-cinématographique et magnifiée par les films d'animation produits chez Walt Disney<sup>7</sup>.

Et Erwin Panofsky de rajouter : « une série de bulles de savon, crevées l'une après l'autre, émet une série de sons correspondants exactement en intensité et en volume à la taille des bulles<sup>8</sup>. »

*Steamboat Willie*, premier film d'animation sonore, est aussi un avènement de stratégie marketing. Le héros est une souris, à une époque où la star de l'animation se nomme Félix le chat<sup>9</sup>. Pour Disney, qui veut asseoir sa position de leader, proposer une alternative animale à la star du moment est d'une belle ironie et c'est avec empressement que l'on voit dans ce film Mickey mettre à mal un chat noir dont les traits ne sont pas sans évoquer Félix. A l'issue, Disney inonde le marché de produits dérivés à l'effigie de son personnage afin de l'ancrer dans le paysage des spectateurs comme héros de cinéma, mais aussi par ces figurines, comme ami de la famille.

Car Disney ne s'adresse pas aux enfants mais à l'enfance, celle nichée au plus profond d'un adulte qui sera capable de refaire surface dès qu'un stimulus (un brin pavlovien) l'y invitera. A partir de 1929, la série des *Silly Symphonies* mise sur la puissance du son et de la musique (que Disney

---

<sup>4</sup> Frédéric MITTERRAND, *Les Numéros Un du Cinéma*, Paris, Edimonde/Fixot, 1988, p.86.

<sup>5</sup> "The representational image was a universal symbol and the moving image a universal language", in Mikhail IAMPOLSKI, *The Memory of Tiresia: Intertextuality and Film*, Berkeley, University of California Press, 1998, pp. 55-56.

<sup>6</sup> Henri COLPI, *Défense et Illustration de la Musique dans le Film*, Lyon, SERDOC, 1963, p. 17.

<sup>7</sup> Michel CHION, *La Musique au Cinéma*, Paris, Fayard, 1995, p. 95.

<sup>8</sup> Erwin PANOFSKY, "Style et matériau au cinéma", *Critique*, vol.1, n°3, 1947.

<sup>9</sup> Créé par Otto Messmer et produit par Pat Sullivan qui s'en attribua la paternité, le personnage de Félix le chat apparaît pour la première fois en 1919 dans *Feline Follies* et connaîtra un immense succès tout au long des années 20.

considèrera toute sa vie comme représentant les 50% de l'impact d'un film). Le succès *crescendo* lui permet de se lancer dans la production de *Blanche-Neige et les 7 Nains* qui deviendra en 1937 le premier long-métrage d'animation, mais également l'une des premières éditions d'une bande originale en 78 tours.

L'importance accordée à la musique rend alors le projet *Fantasia* (1940) beaucoup plus cohérent. Forte du succès de *Blanche-Neige*, la maison Disney veut animer à sa manière quelques pièces incontournables de la musique classique dirigées par Leopold Stokovski, s'accaparant des classiques de la musique comme elle le fera des classiques de la littérature. Mais le succès n'est pas au rendez-vous et cette atteinte à la grande musique lui sera reprochée (tout comme en 1958, les réorchestrations de Tchaïkovski dans *La Belle au Bois Dormant* seront vilipendées par la presse qui n'y verra que suffisance artistique<sup>10</sup>). *Pinocchio* (1940), *Dumbo* (1941) et *Bambi* (1942) reviendront à des ambitions plus traditionnelles et plus mesurées. En 1950, la bande originale de *Cendrillon* est commercialisée avec un ampleur sans précédent et connaît un vif succès.

Walt Disney meurt en 1966 et les années qui suivent sa disparition voient surtout un appauvrissement général de la production, même si le succès est toujours au rendez-vous, en grande partie apporté par les films en PVR<sup>11</sup>. Et les films des années 70, réalisés par Wolfgang Reitherman, l'un des anciens chefs animateurs de Disney, n'accèdent jamais à l'aura des œuvres emblématiques du groupe. Bénéficiant pourtant d'un énorme capital sympathie, *Le Livre de la Jungle* (1967), *Les Aristochats* (1970) ou *Robin des Bois* (1973) apparaissent aseptisés, marqués du sceau du formatage Disney malgré l'efficacité des chansons composées par Robert B. Sherman et Richard M. Sherman. Une succession de saynètes, et cette volonté de plaire à tout prix éloigne ces récits de la démiurgie dramatique d'un *Blanche-Neige*, d'un *Cendrillon* ou d'un *Peter Pan*.

De son vivant, Walt Disney lançait plusieurs projets à la fois afin de nourrir en permanence la production et donc la réception. Une volonté d'habiter l'espace de l'animation de façon hégémonique, même si la concurrence était limitée, voire inexistante. La concurrence viendra du sein même de l'entreprise avec la démission à la fin des années 70 de Don Bluth – l'un des animateurs de Disney qui ne se retrouve pas dans les dernières productions – qui monte sa propre structure. *Brisby et le Secret de NIHM* (1982), *Fievel et le Nouveau Monde* (1986), *Le Petit Dinosaur et la Vallée des merveilles* (1988) seront reconnus comme des réussites techniques incontestables, à l'image du père fondateur Disney<sup>12</sup>. Ainsi, les années 80 vont quelque peu mettre en péril la domination artistique Disney, si bien qu'« en 1982, la plus grande réussite commerciale du studio Disney était encore *Mary Poppins* sorti en 1964 » et « la division films ne survivait qu'avec les ressorties » des longs métrages classiques d'animations<sup>13</sup>.

La maison mère, consciente de cet assouplissement artistique, tente de retrouver son leadership en proposant, loin de toute animation traditionnelle, un récit ancré dans les nouvelles technologies. *Tron* de Steven Lisberger (1982), malgré la révolution technologique qu'il envisage dans la représentation graphique mais également dans les problématiques d'aliénation qu'il expose, ne rencontrera pas son public, encore peu perméable à cette nouvelle donne. Le film, qui a nécessité des engagements économiques et artistiques lourds, endommagera sérieusement la trésorerie de Disney et ce ne sont pas les succès mitigés de *Taram et le chaudron magique* (1985) et *Basil détective privé* (1986) qui pourront inverser la tendance.

L'arrivée de Michael Eisner en 1984 comme nouveau président-directeur-général du groupe, accompagné de Frank Wells, directeur financier, va mener à des restructurations de fond sur une enseigne, une marque qui n'est plus ce qu'elle était, un géant endormi sous ses lauriers du passé. La nomination du producteur Jeffrey Katzenberg à la direction de Walt Disney Pictures finit d'établir un renouveau de gouvernance qui influera différemment sur la ligne éditoriale de Disney.

Élément fondateur du récit disneyen, la chanson doit, selon Eisner et Katzenberg, faire son grand retour dans l'histoire : oubliée depuis quelques années, elle n'en demeure pas moins un véhicule émotionnel et économique sûr. L'entreprise fait alors appel en 1987 au compositeur Alan Menken et

---

<sup>10</sup> Voir l'intéressant article de Julien LOUVEAU in *Chronique Disney*, URL : <http://www.chroniquedisney.fr/dossier/2014-disney-musique.htm> (dernière consultation le 11 février 2016).

<sup>11</sup> Prise de Vue Réelle.

<sup>12</sup> Citons entre autres *Charlie* (1989), *Rock-o-Rico* (1991), *Poucelina* (1994), *Anastasia* (1997) et *Titan A.E.* (2000).

<sup>13</sup> Danny MILLER (trad. Rosemarie Béllisle), *Le paradoxe d'Icare: comment les grandes entreprises se tuent à réussir* [« The Icarus paradox »], Laval, Presses Université Laval, 1992, p.60.

au parolier Howard Ashman, qui travaillent déjà ensemble à Broadway, afin de redynamiser l'esthétique musicale des longs-métrages d'animation. *La Petite Sirène* (1987), adapté du conte d'Andersen, devait ainsi servir de film test de cette nouvelle politique. Le récit, traité comme une comédie musicale, avec chansons emblématiques et thématiques (selon les personnages, les lieux, les enjeux) séduit au-delà des attentes et sera couronnée de deux Oscars, (meilleure musique originale et meilleure chanson). Alan Menken deviendra alors le compositeur phare de la maison Disney, enchaînant des partitions efficaces, parfois brillantes, et trustant le palmarès des Oscars pendant plusieurs années: *La Belle et la Bête* (1991), *Aladdin* (1992), *Pocahontas* (1995), *le Bossu de Notre-Dame* (1996), *Hercule* (1997) et plus récemment *Raiponce* (2010) lui permettront de recevoir personnellement 8 Oscars (quatre doublés musique/chanson)<sup>14</sup>.

Pour le compositeur, la chanson de comédie musicale :

doit faire avancer l'histoire, être un pivot émotionnel, qu'il s'agisse d'amour, de tristesse, de bêtise, de colère... Il faut aussi qu'elle soit écrite dans un vocabulaire musical clair, facilement identifiable par le public<sup>15</sup>.

Techniquement,

une comédie musicale de Broadway, formellement, aura recours à bien plus de moments chantés que dans une comédie musicale filmée. Il n'y a pas de gros plans ou de panoramiques sur lesquels se reposer pour raconter. Sur scène, paroles et musique doivent endosser beaucoup de ce que la caméra peut réaliser à l'écran<sup>16</sup>.

Dès *La Petite Sirène*, l'apparition d'une chanson symbolisant la frustration et donc le rêve du personnage apparaît. *La Belle et la Bête* commence par un numéro de près de 7 minutes qui expose le personnage dans son environnement. Dans *Aladdin*, « Je suis ton meilleur ami » qui voit la libération et la présentation du génie est clairement identifié à l'écran comme un numéro de comédie musicale (au rythme soutenu des métamorphoses du génie digne de Tex Avery répond le faste et la grandeur des décors dans la tradition du duo Busby Berkeley/ Cedric Gibbons). Enfin, le duo chanté qui « définit le centre de gravité de la comédie musicale » et « résume en une seule scène toute la structure du film » a « l'importante fonction de cristalliser les émotions et les attitudes du couple »<sup>17</sup>. Ainsi, les *love tunes* de *La Belle et la Bête* (« Amour éternel » interprété par Peabo Dryson et Céline Dion) ou d'*Aladdin* (« Ce rêve bleu » interprété par Peabo Dryson et Regina Belle) interviennent dans cette refonte de l'esthétique disneyenne qui cadre et scénarise musicalement le récit animé tout en présageant d'un hit potentiel et donc vendeur.

## LA CHANSON COMME OUTIL STRATEGIQUE

Les perspectives commerciales d'un film peuvent être développées - de manière conséquente - par une chanson-titre, porteuse et emblématique du film. Même si le choix d'avoir recours à des chansons au sein d'un récit tient à l'évidence de l'approche commerciale, il s'agit d'envisager, par-delà l'artistique, les profits substantiels que peuvent engendrer les ventes de titres. L'utilisation d'une chanson dans un film relève des mêmes principes qu'une partition orchestrale (disons instrumentale) : sa présence et sa teneur doivent apporter cette « valeur ajoutée<sup>18</sup> » tant

<sup>14</sup> Cette succession d'accessits poussera d'ailleurs l'académie des Oscar à instaurer dès 1996 deux catégories de musique originale (musique dramatique, musique de comédie) afin de contrecarrer ce trust des récompenses par Alan Menken.

<sup>15</sup> "Alan MENKEN, de *La Petite Sirène* à *Sister Act*", *Le Figaro*, 20 septembre 2012.

<sup>16</sup> "Q & A with Legendary Composer of Film and Stage Alan Menken" in *MusicNotes*,

URL: <http://www.musicnotes.com/blog/2014/12/12/alan-menken-interview/> (dernière consultation le 2 juin 2016) - notre traduction.

<sup>17</sup> Rick ALTMAN, *La Comédie Musicale Hollywoodienne*, Paris, Armand Colin, 1992, p.49.

<sup>18</sup> Valeur expressive et informative dont un son enrichit une image donnée, jusqu'à donner à croire, dans l'impression immédiate qu'on en a ou le souvenir qu'on en garde, que cette information ou cette expression se dégage « naturellement » de ce qu'on voit, et est déjà contenue dans l'image seule. Et jusqu'à procurer l'impression, éminemment injuste, que le son est inutile, et qu'il redouble un sens qu'en réalité il amène et crée, soit par sa différence même d'avec ce qu'on voit. Michel CHION, *L'Audio-Vision, Son et Image au Cinéma*, Paris, Nathan, coll. « Cinéma et Image », 1990, pp. 8-9.

émotionnelle que dramatique dans la perception que le spectateur aura des personnages, des lieux, de l'histoire, etc.

Il incombe au réalisateur ou au producteur et au *music supervisor* d'insérer une chanson dans la bande-son du film et le compositeur, habituel parent pauvre, n'a que rarement son mot à dire. Quelques notoires exceptions telle que Henry Mancini développant des chansons à partir de ses thèmes instrumentaux, « Moon River » issu de *Breakfast at Tiffany's* en étant la parfaite incarnation : « A partir du moment où vous mettez une chanson sur le générique où à n'importe quel endroit du film, vous essayez inconsciemment d'influer sur le porte-monnaie du spectateur, vous tentez de le faire écouter, sortir et acheter<sup>19</sup>. »

La chanson s'achète tout autant qu'elle fait vendre. Parce qu'elle prolonge le temps de la projection, parce qu'elle peut annoncer une sortie à venir, elle est un incontournable véhicule émotionnel et corrélativement commercial, résidu mémoriel d'une expérience spectatorielle :

Dans ce flux continu d'impressions données comme reproduction de la vie qu'est un film, la chanson est ce qui, à cause de sa simplicité même, se grave sans raison dans la mémoire, s'associe pour toujours avec un moment de l'existence, puis enferme en lui ce destin, qu'il emporte quelque part. Elle représente le caractère à la fois éphémère, particulier et en même temps impersonnel du *fatum*. Et le destin, dans le cinéma, cet art qui use de superpositions et de rencontres, de rapports constamment changeants entre la figure et le fond, entre l'individu et le tout, trouve dans la chanson un symbole particulièrement fort<sup>20</sup>.

Par sa capacité à fédérer, à devenir le « symbole de ce que pour chacun d'entre nous est lié au plus intime de son destin<sup>21</sup> », c'est-à-dire se souvenir des circonstances dans laquelle elle a été entendue, la chanson trouve dans l'animation une forme d'écriture plus ample, qui transcende même sa propre écriture. Une chanson au cinéma dépasse les propres limites de son texte, la propre frontière de sa durée, la propre portée artistique de sa portée musicale.

<b>musique</b>	<b>chanson</b>			
<b>Paroles</b>		clip		
<b>Images</b>			film	
<b>animation</b>				Film d'animation
<b>Images dessinées</b>				

Dans le cinéma d'animation, la partition musicale en général et la chanson en particulier opèrent des mêmes principes que dans le cinéma en PVR : fonction conjonctive, mélodramatique, etc. Apparaît néanmoins un filtre supplémentaire, celui du caractère dessiné et donc non-naturaliste du film d'animation. Même dans ses effets de réel, l'animation ne permet pas une identification aussi pleine que la PVR du fait d'une représentation picturale dessinée et non retranscrite (même si un comédien incarne un personnage, il n'en demeure pas moins, d'un point de vue profilmique, un être humain, un individu humanisé et une corporalité identifiable bien que diégétisée).

Le film d'animation permet effectivement une liberté d'expression artistique, une non-limitation de l'ambition créatrice, un culte du « tout possible » auquel contribuent musiques et chansons, comme en témoigne Alan Menken : « Avec chaque projet, j'aime ensorceler, plonger les gens dans une histoire en utilisant un type de musique qui les libère de la réalité, les transporte ailleurs<sup>22</sup> ».

La chanson se fait donc emblème du film jusqu'à participer à la construction d'un horizon d'attente du spectateur de Disney. On va voir un Disney (noter la dénomination de marque), on s'attend

<sup>19</sup> Propos de Henry Mancini rapportés in Fred KARLIN, *Listening to movies: the film lover's guide to film music*, New-York, Schirmer Books, 1994, p. 221.

<sup>20</sup> Michel CHION, *La Musique au Cinéma*, Paris, Fayard, 1995, p. 282.

<sup>21</sup> *Ibid*, p.281.

<sup>22</sup> Entretien avec Alan Menken disponible dans les bonus DVD de *La Ferme se rebelle*. Propos également rapportés dans Sébastien DENIS, *Le Cinéma d'Animation*, Paris, Armand Colin, 2007, p.88

donc à des chansons, des duos, des personnages secondaires, des airs que l'on pourra fredonner aisément par la suite... Selon un schéma thématique fréquemment utilisé (et a fortiori attendu)<sup>23</sup> :

- 1/ l'introduction de l'univers : chanson paysage, chanson *decorum*
- 2/ le rêve du héros : un personnage frustré qui rêve d'ailleurs
- 3/ le thème du méchant : l'enjeu dramatique, l'obstacle à la réussite
- 4/ la chanson fantaisiste : le partenaire du héros, souvent malicieux
- 5/ la chanson d'amour : un duo emblématique du film (générique)

Si la fin des années 80 a relancé la maison Disney, celle-ci a pourtant vu – comme avec Don Bluth – le péril germer dans ses rangs. 1995 est simultanément le triomphe du *Roi Lion* et la découverte de l'univers Pixar avec *Toy Story* qui va révolutionner l'art du cinéma d'animation (ce qu'aurait dû être *Tron* en son temps). Pixar, sous-traitant de Disney, prend de l'envergure avec John Lasseter à sa tête, et ne goûte que peu le recours systématique aux chansons tout au long du récit. Ainsi Pixar, et plus tard Dreamworks, Sony etc. n'utiliseront que peu de chansons, excepté quelques titres en guise de générique, ce qui ne les empêchera pas de connaître le succès.

### LA REINE DETRONE LE ROI

Bien avant le triomphe mondial de *La Reine des Neiges*, *Le Roi Lion* (1995) représentait le plus grand succès international de la firme Disney. Un récit fort qui emprunte autant au *Roi Lear* de Shakespeare qu'au *Roi Léo* de Shigezuki Ayashi (1965-1966) : tragédie familiale, histoire de succession et de retour scandé par les chansons écrites par Elton John (avec les participations de Hans Zimmer, Mark Mancina et Lebo M). Habitué à sortir ses films quelques semaines avant la période de Noël afin que ceux-ci bénéficient d'un bouche-à-oreille en amont et voient leurs scores exploser durant les vacances, la maison Disney lança la promotion du film près d'un an avant sa sortie officielle : les écrans du monde entier pouvaient voir – en guise de bande-annonce - la séquence d'ouverture du film, sorte de clip aux accents de la chanson « Cercle de la Vie », une stratégie qui répondait d'une volonté double :

- 1/ afficher la splendeur graphique du récit et, en quelques secondes seulement, l'enjeu narratif, pour corrélativement démontrer la toute-puissance artistique de Disney
- 2/ intégrer dans les oreilles (et donc les esprits) des spectateurs potentiels ce titre à la mélodie forte et aux orchestrations dynamiques (instruments et chants tribaux).

En décembre 2013, *La Reine des Neiges* va très rapidement connaître un succès sans précédent, détrônant *Le Roi Lion* de son titre de plus gros succès du cinéma d'animation. Avec ses deux Oscars dont celui de la meilleure chanson, ses 1,7 milliards de dollars de recettes à travers le monde, il s'avère être le film d'animation le plus rentable de tous les temps. Outre son récit adapté d'Andersen, il reste du film la chanson-titre « Libérée, délivrée », véritable hymne au pouvoir d'ancrage immédiat. Composée par Kristen Anderson-Lopez et Robert Lopez, qui vivent dans cette tradition du *musical* de Broadway, la chanson se contraste entre des couplets mélodiquement complexes et un refrain simple (3 notes) pour une structure d'ensemble alternant notes longues et intervalles rapprochés, système qui permet une mémorisation quasi-immédiate du refrain, entêtant, éloignant le titre de ses cousins de Broadway pour la plonger plus directement dans la culture pop<sup>24</sup>. Thématiquement ensuite, la multiplication des formes négatives dans les paroles peut surprendre pour une chanson de l'héroïne, son pessimisme *a priori* l'orientant plutôt vers la chanson du méchant. Cette libération, c'est aussi le *coming of age*, l'adolescence qui s'affirme et ouvre la voie vers la maturité : quitter le domicile parental, s'installer (ici, créer) son propre palais et se désolidariser de toute contrainte familiale ou sociale.

Par sa thématique d'émancipation et sa structure musicale immédiatement réceptive, la chanson titre de *La Reine des Neiges* devient un succès foudroyant. Mais ce succès se mesure-t-il en

<sup>23</sup> Voir URL : <http://corinne.free.fr/StructureMusicale.htm> (dernière consultation le 19 mai 2016).

<sup>24</sup> « 5 reasons why *Frozen's* Let it Go is so addictive » in *The Telegraph*, 16 décembre 2014.

URL: <http://www.telegraph.co.uk/culture/music/music-news/11296986/Frozen-let-it-go-why-so-popular.html> (dernière consultation le 11 février 2016).

termes de ventes ou de téléchargements ou bien en point d'ancrage dans l'inconscient collectif auditif ? Ce titre pop, martelé en suraigu dans le film comme sur les ondes, ne laissait que peu d'espace de respiration au spectateur potentiellement réfractaire et sa notoriété ne se juge pas à l'aune de sa qualité intrinsèque mais bien de son efficacité, redoutable.

### **RETOUR A BROADWAY**

Si les long-métrages d'animation Disney puisaient déjà dans la littérature et les mythes européens, on n'en compte désormais plus les adaptations scéniques. Après l'immense succès de *La Belle et la Bête*, Michael Eisner et Jeffrey Katzenberg décident d'entamer une adaptation scénique du film (qui verra le jour sur les planches en 1994) et de créer une filiale « Comédies Musicales », Disney Theatrical Productions. Parce que les théâtres new-yorkais sont majoritairement détenus par trois organismes et que Disney souhaite agir en toute indépendance, le New Amsterdam Theatre - mythique berceau de la comédie musicale américaine à travers les célèbres Ziegfeld Follies dans les années 1910-1920 – est restauré et la production scénique du *Roi Lion* est lancée avec Julie Taymor à sa direction artistique.

Le film ne durant que 1h20, Julie Taymor propose de développer le récit en prolongeant l'enfance de Simba et en accordant une plus grande importance aux personnages féminins. Formée aux arts du mime et des marionnettes, Julie Taymor va concevoir décors et masques, en plus de la mise en scène qu'elle doit assurer. Son emprise sur le projet est totale. Le budget, estimé à 20 millions de dollars, pousse Disney Theatrical productions à établir un *business plan* sur 20 ans.

Autre contrainte, musicale celle-ci : la bande originale du film a été, avec le film, un triomphe mondial et a réussi - comme les compositions d'Alan Menken – à décrocher le doublé des Oscars de la meilleure musique originale pour Hans Zimmer et la meilleure chanson (« Can You Feel the Love Tonight »), composée par Elton John qui va devoir écrire trois nouveaux titres. Les chants zoulous, confiés à Lebo M, sortent de l'arrière-plan musical pour gagner en importance et envelopper le projet de toute l'africanité dont il a besoin. Le spectacle opère sa première le 13 novembre 1997 et connaîtra par la suite une tournée triomphale dans les plus grandes capitales internationales ce qui mènera aux productions *on stage* de *Tarzan* (2006), *La petite Sirène* (2008), *Mary Poppins* (2004-2006) et *Aladdin* (2014)

Il semblerait donc que Disney opère progressivement un retour aux sources, entamé à la fin des années 80, puis abandonné dans les années 2000. *Raiponce* et *La Reine des Neiges* ont prouvé la musicalité même du film d'animation dans sa structure même, celle du mouvement et de la transgression des limites. La chanson est présente pour accompagner et fédérer et les générations se succèdent de gens capables de reprendre un air ou un refrain, quelques notes qu'ils sauront relayer lorsqu'ils seront à leur tour parent. Disney ne s'adresse pas à l'enfant mais à l'enfance, celle qui se marque de choix, de préférences et de nostalgie.