

# QUE LE PUBLIC CHANTE AVEC DES CARTOONS !

Martin Barnier, Université Lumière Lyon 2

C'est une expérience intense qui devait saisir les foules des salles de cinéma des années vingt, lorsqu'elles chantaient ensemble le refrain des chansons populaires retranscrites dans les *cartoons* des frères Fleischer. Les *Song Car-Tunes* ont été, entre 1924 et 1927, un moment d'expérimentation artistique grâce aux chansons chantées en chœur par les spectateurs américains. Il s'agit ici d'art comme expérience, selon la définition donnée par le philosophe américain John Dewey, reprise et précisée par Richard Shusterman<sup>1</sup>. Le pratique, le social et l'éducatif sont réunis dans cet art populaire du dessin animé associé au chant, que nous allons décrire. Suivant ces deux penseurs, nous pouvons réintégrer la production de masse, à destination des gens les plus simples, dans la définition de l'art. Et cet art populaire replace l'Art dans la vie<sup>2</sup>. Dans quelle tradition s'inscrivait cette pratique ? Dans quelles séries culturelles, telles que les a définies André Gaudreault<sup>3</sup>, se situent ces séances de dessins animés accompagnés de chants ? Comment l'animation des années vingt réinventa les « chansons illustrées » ? Le spectateur de cinéma ne serait donc pas aussi passif qu'on l'a dit ?

## Chantons au Nickelodéon

Depuis une quinzaine d'années, les historiens du cinéma ont replacé les projections de films dans un contexte plus large que celui de « la salle de cinéma où on voit des films ». Les recherches de Rick Altman, Richard Abel ou Tom Gunning ont permis de situer les projections de films dans un environnement bien plus complexe que celui d'une salle « de cinéma ». Les *Nickelodeons* étaient des lieux où on projetait des films, mais entre 1904 et 1913, il semble qu'on y venait surtout pour chanter<sup>4</sup>. Le piano présent dans la salle servait souvent à accompagner les refrains repris par le public. D'après Rick Altman, le pianiste se reposait quand passaient les films, car il devait surtout être actif et concentré lorsque le public chantait les *Song Slides*, ou « chansons illustrées »<sup>5</sup>.

Les *Song Slides* remontent aux années 1880-1890 quand, dans les théâtres de variété (*vaudeville theaters*), les plaques de lanterne illustraient une chanson que le public devait entonner avec l'aide d'un artiste sur scène<sup>6</sup>. Les éditeurs de chansons faisaient la publicité de leurs partitions grâce à ces plaques. Ces projections avec chansons devinrent si populaires que les plaques furent vendues et non plus données. Elles devinrent la partie essentielle des séances de *nickelodeons*. Elles permettaient l'apprentissage de la langue anglaise, l'amélioration de la lecture et facilitaient la compréhension des traditions du pays d'accueil par les immigrants récents.

## Les Fleischer reprennent le flambeau

En 1924, la compagnie des frères Fleischer est une des plus importantes des firmes produisant des dessins animés. Dave et Max Fleischer sont passionnés par la technique. Ils ont mis au point de nombreux procédés, comme le Rotoscope, et ont déposé plus de trente brevets employés dans la production<sup>7</sup>. Charles K. Harris, auteur de chansons, demanda aux Fleischer s'il y aurait un public pour chanter avec un *cartoon*. Dave eut après coup l'idée de la *Bouncing ball* (balle rebondissante)<sup>8</sup>. Le procédé consistait en une amélioration des chansons illustrées sur plaques. L'organiste, ou les musiciens dans la salle, devait jouer en rythme et le public pouvait chanter grâce à la balle qui marquait les syllabes. Le premier *Song Car-Tune* (jeu de mots sur *tune*, air de chanson, et *cartoon*) des Fleischer fut « Oh, Mabel ! », chanson de Gus Kahn Ted Fiorito. Lors de la première, en 1924 au Circle Theatre de New York, Max, Dave et leur chef animateur Dick Huemer vinrent voir la réaction du public. Selon Leslie Cabarga : « Les spectateurs chantaient avec entrain et, à la fin du dessin animé, les applaudissements durèrent jusqu'au générique du grand film. Le directeur demanda qu'on rembobine le dessin animé pour le repasser »<sup>9</sup>. On constate que le public a participé avec vigueur à cette projection. Un autre témoignage, rapporté par Charles Salomon, précise : « le public a applaudi, tapé du pied et sifflé »<sup>10</sup>. Hugo Riesenfeld, propriétaire de plusieurs salles à New York était très intéressé par le procédé des Fleischer, dont il distribuait les productions. Riesenfeld était également chef d'orchestre et compositeur, ce qui explique sa motivation pour un développement des *Song Car-Tunes*.

Hugo Riesenfeld mit en contact l'inventeur Lee De Forest et Max Fleischer. Le créateur de films d'animation fut enthousiasmé à l'idée de proposer du son synchronisé au spectateur de *cartoons*. Lee De Forest avait déjà mis au point le Phonofilm et faisait projeter des courts métrages dans une cinquantaine de salles sur la côte Est des États-Unis<sup>11</sup>. Ces films synchrones sur piste optique permettaient d'entendre des chanteurs, des humoristes, des orchestres, et parfois des hommes politiques (comme les trois candidats des élections présidentielles de 1924). De Forest montra des actualités sonores trois ans avant les Fox-Movietone-News (1927) et des numéros de music-hall deux ans avant les Vitaphone-Shorts des Warner (1926). Grâce à l'association avec Hugo Riesenfeld et les frères Fleischer, De Forest fit entendre des dessins animés synchronisés quatre ans avant *Steamboat Willie* de Walt Disney (1928). À l'écoute des dessins animés des Fleischer synchronisés, il semble que le son produit n'était pas très puissant.

Avec Betty Boop et Popeye, Koko le clown était le personnage le plus populaire des séries créées par les Fleischer. Les *Koko Song Car-Tunes* ne se présentaient pas comme des dessins animés complets, mais comme des mixtes entre les *Song Slides* et les films d'animation, introduisant le morceau puis se transformant en fonction des paroles des chansons, avec force jeux de mots. Au total il y aurait eu 36 *Song Car-Tunes* entre 1924 et 1927<sup>12</sup>. Un tiers de ces films auraient existé dans une version sonore synchronisée. Les autres étaient diffusés avec des accompagnements d'orchestre et des chants. Même les films existant en version sonore pouvaient être diffusés sans son de façon à être rentabilisés en dehors des trente à cinquante salles équipées avec le procédé De Forest. Ces *cartoons* chantants croisent deux séries culturelles : *Song Slides* et dessins animés. La pratique des *Song Slides* qui s'inscrit elle-même dans la série culturelle des spectacles de music-hall semble avoir disparu à la fin des années dix. Mais les chanteurs sur scène, en première partie de programme dans des salles de « cinéma », sont nombreux dans les années vingt. Dans les salles des petites villes, ce qui représente la majorité des 20.000 salles de cinéma aux États-Unis en 1925, le *stage show* est un élément fondamental du spectacle que représente une séance de cinéma, composées de courts métrages de différents types (films comiques, actualités, vues exotiques, *cartoons*, etc.) et un long métrage<sup>13</sup>.

## Analyse d'un *Koko Song Car-Tune*

Regardons et écoutons *Has Anybody Here Seen Kelly?*, dessin animé de 1926, d'une durée d'environ 4'35'' (la pellicule mesure 150 mètres de long). Ce *Song Car-Tune* commence par le procédé habituel des Fleischer : la mise en abyme de l'idée de spectacle. Koko, héros dessiné, sort de l'encrier (comme dans toute la série « Out of the Inkwell »), crée ensuite un quartet de chanteur puis annonce la chanson. Cette mise en abyme entre en résonance avec l'attitude du spectateur qui va lui-même participer au spectacle en chantant. Koko montre les paroles qui doivent être chantées (fig. 1). Le spectateur est un co-créateur en interaction avec le dessin animé. Le tout

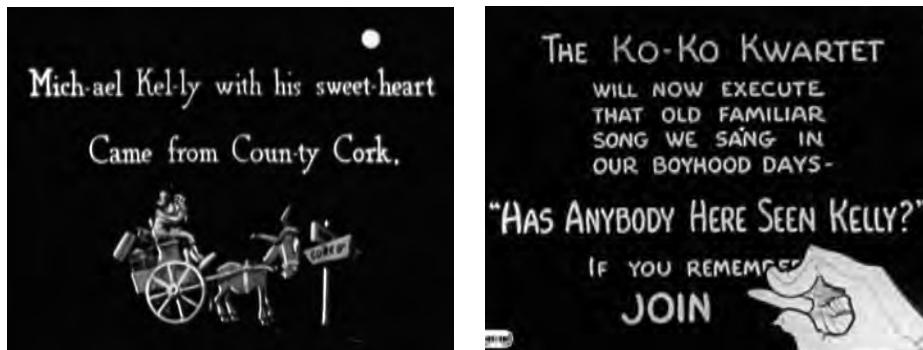


Fig. 1 e 2 – *Has Anybody Here Seen Kelly?* (Dave Fleischer, 1926).

fonctionne avec de nombreux effets de surcadrage (le tableau noir, le bord d'une scène). Les paroles défilent, puis, quand le refrain revient pour être chanté par le public, les lettres s'animent au lieu d'être simplement signalées par une balle rebondissante. Les mots deviennent vivants. Les lettres se transforment selon le sens du mot. Le signifiant et le signifié s'amusent ensemble, comme dans les calligrammes de Guillaume Apollinaire.

La communauté irlandaise, sur la côte est des États-Unis, est assez importante pour que les chansons de ce type, sorte de clins d'œil aux traditions des communautés immigrantes, passent pour de l'humour auprès du public. Ainsi, comme la plupart des comédies du muet, *Has Anybody Here Seen Kelly?* recourt très largement aux types et caractères nationaux, faisant montrer d'une ironie mordante à l'égard de la puissante communauté irlandaise de New York. Les salles de cinéma permettent à la fois de rester dans sa communauté d'origine et de se fondre dans un public culturellement bigarré, surtout dans les immenses salles (4.000 places) des centres urbains<sup>14</sup>. Le public chantait-il vraiment ? La plupart des chansons utilisées par les Fleischer étaient déjà tombées dans le domaine public, à l'époque. Cela évitait de payer des droits de reproduction (à l'exception de quelques chansons d'Irving Berlin, par exemple) et cela certifiait aussi que la chanson est déjà connue par une grande partie des spectateurs. Le public avait également l'habitude d'une interactivité avec les artistes de music-hall qui passaient dans les *vaudeville theaters* ou en première partie des programmes de cinéma. Parmi ces artistes se trouvaient des dessinateurs de caricatures qui s'adressaient aux spectateurs tout en s'activant sur un tableau noir, créant des gags dessinés à la craie en fonction des réactions du public. Cette pratique appelée *chalk talk* (conversation avec une craie) est reprise dans des *cartoons* comme ceux de Winsor McCay (*Gertie the Dinosaur*, 1914) et ceux des frères Fleischer. Dans *Has Anybody Here Seen Kelly?*, les paroles du refrain se détachent pour former un grand point d'interrogation pour signifier que le public est

à la recherche de Kelly (fig 2). Au dernier refrain, les lettres se séparent encore pour dessiner la tête de l’Irlandais, fumant la pipe, clignant de l’œil au public, comme un artiste de *chalk talk* aurait pu le faire dans une salle de New York<sup>15</sup>.

La caricature de l’Irlandais (qui ressemble ici à un singe) est acceptable dans le contexte Américain, car les blagues, à l’intérieur des communautés immigrées, ou entre communautés, jouent beaucoup sur les stéréotypes<sup>16</sup>. Les chansons se référant à des groupes précis étaient très présentes dans le répertoire des *Song Slides*. Elles continuent sous forme de *Car-Tunes*. L’expérience de la vie communautaire et de ses rites devient une expérience esthétique (et humoristique) grâce aux dessins animés chantés qui empruntent, nous l’avons vu, aux séries culturelles du music-hall et des dessins de presse et *cartoons*.

## Conclusion

Cette pratique du chant devant l’écran a-t-elle été caractéristique du cinéma muet ? Elle lui a pré-existé, puisque les salles de music-hall proposaient des chansons illustrées. Elle semble plus développée aux États-Unis, puisque pour l’instant on a trouvé peu de pratiques similaires en Europe (on peut citer les Chansons Lordier, en France entre 1917 et 1923<sup>17</sup>, et les chanteurs des rues qui vendaient des partitions<sup>18</sup>). Elle a continué puisque, lors de la généralisation du parlant, la production de la série des *Screen Songs* (distribuées par Paramount) des Fleischer a permis de faire chanter les salles de 1929 à 1938<sup>19</sup>. Puis, pendant la guerre, l’armée américaine a diffusé ces films pour faire chanter ses soldats, de façon à leur redonner le moral, à souder la troupe. Après 1945, Paramount a continué à diffuser, en première partie de programme, des courts métrages d’animation avec une *bouncing ball* permettant de faire chanter le public<sup>20</sup>. À partir de 1951 les « *Sing Along Songs* » sont diffusés à la télévision, puis en VHS, et enfin en DVD presque exclusivement par Walt Disney. Disney continue de produire encore aujourd’hui des DVD avec les chansons de ses films. Sur les paroles des chansons, une tête de Mickey rebondissante vient montrer où il faut chanter.

Depuis les années quatre-vingt, la pratique du Karaoké, même si elle met en avant une personne dans le public, permet de faire chanter en choeur des refrains populaires. Mais le fait d’être au milieu d’anonymes dans une salle de spectacle plongée dans le noir libérait plus facilement de la gêne de chanter<sup>21</sup>. À chaque séance, la performance était différente. D’une séance à une autre, on entendait un public qui participait différemment. L’aspect d’unicité (et d’hétérogénéité) de la séance des projections avant 1914, a perduré dans les années vingt et jusqu’aux années cinquante grâce au chant en choeur.

Comment expliquer cette continuité ? Le plaisir esthétique en jeu ici est celui décrit par le philosophe américain John Dewey. Il s’agit de définir l’art comme expérience. Il écrivait, dans un cours qu’il donnait à Harvard en 1931 : « Les arts qui ont aujourd’hui la plus grande vitalité pour l’homme ordinaire sont les choses qu’il ne considère pas comme des formes d’art : par exemple le cinéma, le jazz, la bande dessinée »<sup>22</sup>. À l’époque où les foules américaines entonnaient en choeur des airs connus dans les salles de cinéma, Dewey décrivait le plaisir du chant, au sein de pratiques populaires, comme une forme art. Ces notions pragmatistes ont été réutilisées par Richard Shusterman pour décrire « l’art du rap », dans une période récente<sup>23</sup>. Face aux dessins animés permettant de chanter, le public n’est pas le « consommateur passif » longtemps décrié par de nombreux philosophes et sociologues. Comme le montre Richard Shusterman, s’opposant aux théories d’Adorno, Rosenberg, Dwight MacDonald, Max Horkheimer, etc., l’art populaire de la chanson permet souvent un engagement vigoureux et collectif, qui implique un « dépassement des résistances » (gêne, gaucherie) et donne une satisfaction intense<sup>24</sup>. Shusterman parle de

« somaesthetic », dans la deuxième édition américaine de son ouvrage, pour décrire l'unité du somatique et du spirituel, ce qui nous permet aussi de décrire l'expérience unique de chaque projection chantée<sup>25</sup>.

Si ces pratiques associant dessin animé et chant ont fonctionné pendant des décennies et perdurent encore sous d'autres formes (de la salle de cinéma avec plusieurs milliers de spectateurs au cercle familial réuni devant un écran de télévision), cela est lié à l'importance du chant comme facteur de plaisir. Le chant est considéré depuis longtemps comme une source de plaisir<sup>26</sup>. Le chant en chœur permet de fabriquer des hormones du bien-être, du type oxytocine et vasopressine. La vibration des résonances harmoniques dans le corps fait ressentir à chacun un plaisir qui se démultiplie quand, en plus de s'entendre chanter soi-même, on entend chanter les autres<sup>27</sup>. « L'impression de la voix sur le public est une impression physique, sensuelle et troublante qui dépasse de beaucoup toutes les autres émotions artistiques. Elle provoque les psychismes, les sentiments par les moyens de la vibration physique », expliquait le Dr Wicart au moment où se généralisaient les dessins animés chantants, en 1931<sup>28</sup>. L'émotion est démultipliée quand le public chante lui-même et peut partager ce « bien-être immense » dont a parlé Caruso<sup>29</sup>. Ici, le plaisir du chant se mêle à celui de la vision du dessin animé. Il s'agit, en somme, d'un plaisir double, croisant deux séries culturelles extrêmement populaire, le music-hall et le *cartoon*. Et au spectateur d'apprendre, avec le *Song Car-Tune*, à devenir acteur de son propre plaisir.

- 1 John Dewey, *L'Art comme expérience*, Publication de l'Université de Pau / Editions Farrago, Pau-Paris 2005. Merci à Mouloud Boukala de m'avoir fait découvrir cet auteur : Richard Shusterman, *L'Art à l'état vif. La Pensée pragmatiste et l'esthétique populaire*, Éditions de Minuit, Paris 1991, p. 86.
- 2 *Idem*, p. 108.
- 3 André Gaudreault, *Cinéma et attraction. Pour une nouvelle histoire du cinématographe*, CNRS, Paris 2008.
- 4 Richard Abel, *The Red Rooster Scare. Making Cinema American. 1900-1910*, University of California Press, Berkeley 1994; Id., « The Most American of Attractions, the Illustrated Song », dans Rick Altman, Richard Abel (sous la direction de), *The Sound of Early Cinema*, Indiana University Press, Bloomington 2001, pp. 142-151.
- 5 Rick Altman, « The Nickelodeon Revisited », dans Rick Altman, Richard Abel (sous la direction de), *The Sound of Early Cinema*, cit., pp. 232-240.
- 6 Rick Altman, *Silent Film Sound*, Columbia University Press, New York 2004.
- 7 Marie-Thérèse Poncet, *Dessin animé : Angleterre, Canada, USA*, édition M-T Poncet, Voiron 1998, p. 242.
- 8 Leslie Cabarga, « Betty Boop, Popeye et Cie. L'Histoire des Fleischer », dans *Fantasmagorie. Revue du film d'animation*, n° 3/4, 1980, p. 22.
- 9 *Ibidem*.
- 10 Charles Solomon, *Les Pionniers du dessin animé américain*, Dreamland, Paris 1996, p. 59.
- 11 Harry M. Geduld, *The Birth of the Talkies. From Edison to Jolson*, Indiana University Press, Bloomington 1975.
- 12 Les filmographies des Fleischer ne sont pas explicites sur cette question. Voir Leslie Cabarga, « Betty Boop, Popeye et Cie. L'Histoire des Fleischer », cit., p. 200 ; Pierre Lambert, *Le Cartoon à Hollywood*, Librairie Séguier, Paris 1988, p. 178 ; les informations les plus « précises » proviennent du documentaire réalisé par Ray Pointer et accompagnant le DVD des films *Max Fleischer's Ko-Ko Song Car-Tunes With the Famous Bouncing Ball*, Inkwell Images, Atwater Village 2002.
- 13 Douglas Gomery, *Shared Pleasures. A History of Movie Presentation in the United States*, University of Wisconsin Press, Madison 1992, p. 217.

- 14 Miriam Hansen, *Babel and Babylon. Spectatorship in American Silent Film*, Harvard University Press, Cambridge, MA 1991.
- 15 Cette animation de type *chalk talk* ressemble également aux œuvres d'Emile Cohl (*Les Métamorphoses comiques*, 1912) ou de James Stuart Blackton (*Humorous Phases of Funny Faces*, 1906) comme l'a montré Maxime Poussin, *Les Song Car-Tunes : premiers essais de synchronisation image-son (1924-1927)*, mémoire de Master 1, Université Lumière Lyon 2, 2009.
- 16 Voir à ce sujet *Gran Torino* (Clint Eastwood, 2009). Dans ce film, les « insultes » entre « polaks » et « ritals » servent surtout à exprimer une amitié « virile ». Les septuagénaires de ce film semblent perpétuer une tradition ancienne, remontant à l'arrivée de leurs parents aux États-Unis.
- 17 Giusy Pisano, « Les Spectacles mixtes : de Robbertson à Georges Lordier », dans Giusy Pisano, Valérie Pozner (sous la direction de), *Le Muet a la parole*, AFRHC, Paris 2006, pp. 101-134.
- 18 Voir l'analyse du contexte de *Sous les toits de Paris* (René Clair, 1930), dans Martin Barnier, *En Route vers le parlant. Histoire d'une évolution technologique, économique et esthétique du cinéma (1926-1934)*, CEFAL, Liège 2002.
- 19 Leslie Cabarga, « Betty Boop, Popeye et Cie. L'histoire des Fleischer », cit., pp. 200-202.
- 20 Et le public chantait. Les enfants de l'époque se souviennent de chanter chaque semaine dans les salles de cinéma en première partie de programme dans les années quarante. Témoignage du professeur Terry Weech (University of Urbana-Champagne, Illinois).
- 21 La pratique ressurgit dans l'accompagnement de certains films de fictions comme *The Strawberry Blonde* (Raoul Walsh, 1941), et surtout *The Rocky Horror Picture Show* (Jim Sharman, 1975). Voir Martin Barnier, « Chantons sous la toile ! Pour une socio-histoire des films cultes », dans Philippe Le Guern (sous la direction de), *Les Cultes médiatiques. Cultes fan et œuvres cultes*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes 2002, pp. 67-86.
- 22 John Dewey, *L'Art comme expérience*, cit., p. 22.
- 23 Voir Richard Shusterman, *L'Art à vif. La pensée pragmatiste et l'esthétique populaire*, cit.
- 24 *Idem*, pp. 157-164.
- 25 Richard Shusterman, *Pragmatist Aesthetics. Living Beauty, Rethinking Art*, Rowman & Littlefield, Lanham 2000.
- 26 Danielle Cohen-Levinas, *La Voix au-delà du chant*, Vrin, Paris 2006, p. 33.
- 27 Sur le plaisir du chant et de la voix voir : Denis Vaisse, *L'Ombilic et la voix*, Seuil, Paris 1974; Laurent Babe « Une approche des pratiques chorales en France. 1999-2004 », Document du Ministère de la Culture Française, septembre 2007, consultable en ligne à l'adresse [http://www.culture.gouv.fr/culture/dmdts/approche\\_pratiques\\_chorales\\_France.pdf](http://www.culture.gouv.fr/culture/dmdts/approche_pratiques_chorales_France.pdf), dernier accès 4 juin 2011. Merci à Pauline Adenot.
- 28 Dr Wicart, *Le Chanteur*, Ortiz, Paris 1931.
- 29 Cité dans Jacqueline et Bertrand Ott, *La Pédagogie de la voix et les techniques européennes du chant*, Éditions EAP, Issy-les-Moulineaux 1981, p. 235.