

EASY LISTENING, EXOTICA
& AUTRES MUSIQUES LÉGÈRES

ERWANN PACAUD

EASY LISTENING, EXOTICA
& AUTRES MUSIQUES LÉGÈRES

LE MOT ET LE RESTE
2016

Pour Yao Ying et Alexandre.

INTRODUCTION

Le 5 juin 1956, le rock'n'roll et Elvis Presley font leur entrée fracassante sur les écrans dans l'émission « The Milton Berle Show ». Des millions d'Américains assistent alors sans le savoir à un événement qui bouleversera le monde musical dans les années à venir. Invité en même temps que le jeune rebelle aux déhanchements lascifs qui provoque dans la soirée un tollé d'indignation dans l'Amérique entière, le compositeur Les Baxter interprète le très enjoué « The Poor People Of Paris », numéro un en 1956 au Billboard pendant six semaines et supplanté deux mois plus tôt par « Hearbreak Hotel ». Sur le plateau de télévision, deux générations se côtoient. Dans les salons familiaux, le fossé des générations se cristallise. Chacun choisit son camp. Les parents optent pour la génération cocktail qui vénère le raffinement de ces mélodies légères opposés à leur progéniture subjuguée par cette musique rebelle et envoûtée par le pelvis du King.

L'aventure de cette musique facile à écouter démarre en 1934 et engendre au fil des décennies suivantes de nombreuses variantes au gré des évolutions technologiques, des stratégies des labels mais également de la société américaine : muzak, mood music, beautiful music, light orchestral music, musique de fond, exotica, space age pop, jet set pop, cocktail lounge, swing. L'easy listening, terme fourre-tout qui veut tout dire et son contraire mais imbattable sur le plan marketing, s'autorise également une incursion dans le monde des musiques de films.

De la *Musique d'ameublement* du précurseur Erik Satie aux playlists pour faire la sieste ou un dîner aux chandelles des plateformes musicales tels que Spotify ou Deezer, le fil rouge de cette musique depuis maintenant un siècle et qualifiée de musique d'ascenseur reste le même : détendre, relaxer, rassurer, installer une

ambiance feutrée et accompagner discrètement tous les moments de la journée.

DES ASCENSEURS AU SALON FAMILIAL: muzak et mood music

Pour ses détracteurs, écouter de la muzak relève de la torture : impossible de couper le son et de « fermer » ses oreilles de la même façon qu'on voudrait ne pas voir quelque chose d'horrible. Musique subie, manipulatrice, aseptisée, mièvre, jetable, d'ascenseur, au kilomètre, papier peint symphonique, Prozak pour les oreilles, narcotique auditif, symphonie de supermarché ou encore Big Brother chantant... les termes péjoratifs abondent pour qualifier la muzak. Jusqu'à provoquer des réactions extrêmes comme celle du guitariste Ted Nugent qui proposa de racheter en 1986 la société Muzak pour un montant de dix millions de dollars simplement pour l'éradiquer, estimant cette dernière responsable de la destruction des meilleurs cerveaux de sa génération. Offre que déclinèrent les dirigeants. Le guide *Muzak-free London*, quant à lui, propose des adresses de restaurants, de bars et de magasins totalement dépourvus de cette musique considérée comme insidieuse, invisible et intrusive.

Pourtant, lorsque George Owen Squier, lieutenant général de l'armée américaine et passionné de radio et d'électricité dépose son brevet en 1922 de « Wired Radio » à Seattle, son objectif est l'inverse. L'inventeur de ce service de musique passant par une ligne téléphonique ou de télégraphe et destiné à ses abonnés ne sait alors pas qu'il est à l'origine d'une révolution musicale, certes paisible et polie, qui perdurera jusqu'à sa faillite en 2009 et son rachat deux ans plus tard. Rebaptisé Muzak Inc. en 1934, contraction de music et de Kodak, mot que l'on peut prononcer de la même façon dans le monde entier, le nom de la société va, à l'instar des marques tels que Scotch ou Frigidaire, tomber dans

le langage courant et désigne encore de nos jours une musique aisément reconnaissable dès que ses premières notes résonnent quelque part.

Suite à la plainte des radios pour concurrence, l'instance fédérale américaine chargée des communications lui interdit d'émettre de la musique pour les particuliers et va la contraindre à diffuser ses playlists seulement aux hôtels et aux restaurants. L'effet escompté sera exactement le contraire grâce à la conjonction de deux événements : l'apparition d'études scientifiques à propos du pouvoir de la musique sur les comportements et l'essor de la construction dans le pays entier d'infrastructures tels que les aéroports, les gratte-ciel et de ses ascenseurs, les centres commerciaux, les supermarchés mais également les usines et les bureaux, lieux de diffusion idéale de cette bande son officielle de l'américain *way of life*.

L'objectif de la muzak, revendiqué et assumé dès les années quarante, est de diffuser un fond sonore apaisant qui n'agresse pas les oreilles et de combler les blancs et les silences trop anxieux lors des conversations : de la musique qui doit être entendue et non écoutée, qui n'exige aucune attention et qui doit servir à quelque chose, reprenant et développant à grande échelle le concept du compositeur français Erik Satie d'une musique utilitaire désacralisée et décorative dont la fonction esthétique est totalement effacée. Derrière le caractère inoffensif de cette démarche se cache cependant un but purement marketing. Celui d'influer sur le comportement de celui qui l'entend, selon le lieu où il se trouve, d'influencer les actes d'achat et de faire consommer plus dans les galeries marchandes, de rassurer et de sécuriser dans les ascenseurs qui montent de plus en plus haut et d'accroître la productivité des ouvriers et des cols blancs.

Musicalement, les règles sont strictes. Les standards connus et reconnus sont vidés de leur substance et de leurs scories auditives (voix, notes dissonantes, mélodies trop émotionnelles,

rythmes inadaptés) qui pourraient distraire une activité puis sont réorchestrés en respectant à la lettre les principes du « Stimulus Progression ». Cette charte, établie de façon méticuleuse par les spécialistes du comportement et les « architectes » du son des studios de la Muzak, organise les différentes compositions sur des plages de quinze minutes gagnant en tempo et en intensité avant de s'évanouir dans le silence puis de recommencer, permettant aux employés ainsi conditionnés d'effectuer leurs tâches durant ce laps de temps. Dans le secteur de la restauration, les mélodies sont choisies de façon à ce que les clients mangent plus vite leurs plats.

Grâce aux conclusions des différentes études comportementales sur les effets positifs des compositions de la Muzak notamment sur l'augmentation des rendements et la baisse de l'absentéisme dans les bureaux, le succès de la société est immédiat. De nombreuses chaînes de restaurants et les grandes entreprises américaines font désormais appel à cette musique magique pour augmenter leurs profits.

Face à cette prouesse, les stations de radios, présentant que quelque chose leur échappe, ne vont pas tarder à répliquer et vont peu à peu incorporer ces airs légers dans leurs playlists savamment étudiées : mélodies enthousiastes et enjouées pour bien commencer la journée de travail. Durant les heures de pointe, la place est laissée aux tempos plus rapides et aux orchestrations luxuriantes puis dans les moments calmes, c'est au tour des rythmes un peu plus lents et des mélodies ni trop agressives, ni trop molles de prendre le relais. Et pour le retour du travail, après une journée harassante, des compositions relaxantes pour calmer les nerfs à vif après des heures passées dans les embouteillages. C'est le début des programmations qualifiées d'easy listening, proposées notamment sur les ondes de la radio de Los Angeles KMPC au début des années quarante, pionnière dans le genre.

De leur côté, les labels américains commencent timidement à utiliser ce nouveau terme sur quelques titres d'albums comme

Easy Listening Blues de Nat King Cole en 1944 ou encore *Easy Listening* par The Ray Bloch Orchestra deux ans plus tard. Les mélodies légères ne sont bien sûr pas étrangères aux directeurs artistiques de ces labels mais c'est l'occasion, au sortir de la guerre, de créer un nouveau marché, celui de la musique de fond et d'ambiance (*mood music*), spécialement dédié aux adultes et de déplacer cette musique des ascenseurs des gratte-ciel vers les salons de millions d'Américains. C'est le début du règne de la musique populaire orchestrée, ou plutôt des orchestres de musique populaire (*light music orchestral*) dont la tradition remonte à la fin du XIX^e siècle en Europe plus particulièrement en Angleterre par la réinterprétation de façon instrumentale des airs connus de musique classique, d'opérette et folklorique européenne (valse, polka, marches militaires) et jouées par un orchestre dans les kiosques en plein air durant les mois les plus chauds de l'année. C'est également l'apogée des arrangeurs capables de découpler l'aspect émotionnel d'une mélodie classique en insistant sur la section des cordes ou au contraire d'adoucir un rythme trop rapide à leurs goûts. Cette formule orchestrée, adaptée aux États-Unis au long de la première moitié du XX^e siècle, va puiser dans les standards de la musique populaire américaine, du jazz des big bands, de la musique de films, des comédies musicales de Broadway et de cette *light music* européenne pour attirer la classe moyenne vers un son plus romantique et sentimental mais désireux d'accéder à un niveau culturel élevé sans le caractère élitiste et solennel de la musique classique. Laissant le blues et le *rhythm'n'blues*, trop sexuels, la soul, pas assez mature, et le *rock'n'roll*, trop agressif et encore balbutiant à leurs enfants.

L'évolution des techniques d'enregistrement en studio et l'apparition du vinyle Long Play (LP) 33-tours en 1948 est une bénédiction pour ces compositeurs et arrangeurs. Mis au point par les ingénieurs du label Columbia, ce nouveau format de diffusion, particulièrement adaptée à la musique classique, est également un écran parfait pour les compositions chargées, soyeuses et sucrées

des compositeurs obsédés par la grandiloquence des arrangements. Contrairement aux 78-tours fabriqués en shellac, qui ne possèdent que quelques titres, le LP permet d'écouter de quarante à soixante minutes de musique, libérant de fait plus de temps pour profiter de son dernier disque acheté tout en vaquant à ses occupations.

Chaque chef d'orchestre, arrangeur ou compositeur, parfois les trois à la fois, apporte sa pierre à l'édifice selon sa sensibilité. Si le britannique Mantovani et sa cathédrale de violons ainsi qu'Andre Kostelanetz insistent sur l'importance primordiale de la section des cordes, Jackie Gleason, quant à lui, impose la présence d'une trompette mélancolique perdue au milieu d'une cascade de violons. Georges Melachrino, de son côté, préfère proposer ses orchestrations sirupeuses pour chaque moment de la journée, plus particulièrement l'heure du dîner. *Music For Dining*, dans le cadre de la série *Moods In Music* publiée sur le label RCA Victor en 1952 doit être écouté pendant le repas pour que ce dernier devienne une authentique aventure. Le compositeur récidivera tout au long des années cinquante avec *Music For Reading*, *Music For Courage And Confidence*, *Music For Relaxation* ou encore *Music To Help You Sleep*. Paul Weston, pionnier dans le désir de relaxer les masses après le stress d'une journée de travail avec *Music For Dreaming* en 1945 puis l'explicite *Music For Easy Listening* cinq ans plus tard, apporte une touche jazzy pour créer une musique d'ambiance plus apaisante et rassurante. Enfin Ray Conniff le tromboniste s'illustre par sa technique de la cascade de voix utilisée comme un instrument à part entière de la même façon que Percy Faith est capable de transformer la mélodie la plus pauvre en une orchestration pointue, foisonnante et émotionnelle. Point commun entre tous: ils vont vendre des millions d'albums et faire le bonheur de leurs labels respectifs ainsi que de leur public recherchant le calme, le réconfort et la sécurité dans un monde d'après-guerre en pleine mutation. C'est aussi pour ce dernier de montrer à leurs convives le son extraordinaire qui s'échappe de leur tout nouvel ensemble haute-fidélité.

Mais la formation la plus impressionnante car la plus prolifique en termes d'albums publiés (plus de 200), vendus (plus de cinquante millions) et en nombre de musiciens (jusqu'à 124 et interchangeable) reste 101 Strings. Devenue au fil du temps une multinationale de l'easy listening depuis sa création en 1957 par D.L. Miller, cet ensemble est le symbole des excès qui a usé jusqu'à la corde le monde de la musique légère.

Les grandes maisons de disques, fermant les yeux sur la vague du rock'roll qui s'annonce et qu'elles jugent comme une passade, vont tout miser dès le début des années cinquante sur la musique d'intérieur et la mood music, préférant s'adresser à un public adulte, en couple ou célibataire et les accompagner tout au long de la journée. Le format du LP, plus long, va leur permettre de mettre en son un thème particulier sur un album entier. Albums conceptuels avant l'heure, les compositeurs sont souvent quasiment absents voire mis à l'index des pochettes au bénéfice du thème retenu.

Le label Columbia, créateur du LP, déclenche les hostilités en premier avec la série des *Quiet Music* interprétée par le mystérieux Columbia Salon Orchestra. Intitulée *Serenade, Romance, Nocturne, Moonlight* ou encore *Dream*, cette collection de neuf volumes rassemble dans une veine sentimentale et romantique des mélodies douillettes à écouter au clair de lune. En 1955, le label enfonce le clou avec cinq albums interprétés par Peter Barclay and his Orchestra : *Do-It-Yourself, Foursome, Barbecue, Buffet* et *After The Dance* et rassemblés sous le nom de *Music For Gracious Living*. Contrairement à la série précédente, dédiée à la sérénade entre couple, celle-ci s'adresse directement à la famille moyenne américaine, par définition parfaite. Comme les titres l'indiquent, il s'agit de guides pour passer de bons moments familiaux ou entre amis.

Le label Capitol, quant à lui, réplique avec la série *Background Music* dont le contenu, essentiellement des standards revisités et