



RIHANNA & NE-YO

MY NEW HOUSE PAR DIDIER LESTRADE

**IL A ÉTÉ ÉTABLI PAR UNE
ÉTUDE SCIENTIFIQUE QUE
NOUS FORMULONS TREIZE
MENSONGES PAR SEMAINE.**

On a plus tendance à mentir à ceux qu'on aime et de nombreux sociologues s'accordent pour dire que les modes de communication modernes ont accéléré la fréquence des mensonges, des tricheries et des coups de blues. *The Post-Truth Era – Dishonesty and Deception in Contemporary Life*, le livre captivant de Ralph Keyes (St. Martin's Press), analyse cette situation. Logiquement, de nombreux clips pour ados utilisent les intrigues qui reflètent la place du portable dans nos vies. La vidéo de *Hate That I Love You* illustre ce pitch, quand on réalise que Rihanna et Ne-Yo ne s'aiment pas, après tout, malgré la déclaration chantée. Les personnages se croisent comme dans un roman de John Dos Passos, glissant dans une chanson classique qui est le parfait prolongement du *So Sick* de Ne-Yo, sorti en 2006. La pop moderne est de fait bousculée par une arithmétique de beats

qui s'entrechoquent et le succès de *Stronger* de Kanye West l'a prouvé, mais un certain type de ballade hyperformatée resurgit, génération après génération. Alicia Keys surfe sur ce mouvement même si, je ne sais pourquoi, *You Don't Know My Name* avait quelque chose d'irritant. Mais Alicia et Rihanna ont la «Midas touch» : il n'y a rien qui puisse les empêcher d'aligner les hits planétaires. La succession de tubes de Rihanna depuis quelque temps est assez rare : *Don't Stop The Music*, *Umbrella*, *SOS*, sans parler de ses origines dancehall avec *Pon De Replay*, où sa crédibilité «de la rue» était encore intacte. Mais *Hate That I Love You* n'est pas une chanson de Rihanna, même si elle la dirige, c'est une prouesse de Ne-Yo. Paradoxalement, ce sont les garçons qui poussent ce revival quasi mélancolique car la formule originelle remonte, tout le monde le sait, à Michael Jackson. On pourrait même dire que ce genre de mélodie suave se prête mieux au timbre des garçons. Cette chanson, c'est ce qu'on appelle du marketing d'embuscade : on met Rihanna devant, mais on attire finalement le public de Ne-Yo. Il en va souvent ainsi avec le *featuring*, puisque

ce système permet à l'artiste invité de vampiriser l'artiste qui invite : le grand vainqueur de ce succès, c'est donc le registre musical de Ne-Yo qui, *in fine*, suit le succès de Rihanna, comme porté par la longue traînée d'une queue de comète. Ce jeune Black de 25 ans, c'est la nouvelle vague qui nous fait plaisir. En tant que compositeur, il a écrit les paroles de classiques incroyables. *Let Me Love You* de Mario, c'était lui. En deux ans à peine, il a écrit pour Jay Z, Beyoncé, Snoop Dogg, et il est très bon dans le film *Steppin'*. Et puis, bien sûr, il y a *So Sick*. C'est toute la fascination de la musique noire américaine. Quand on se promène dans les rues de New York, on réalise qu'il y a 50 Ja Rule qui passent, puis on croise plusieurs 50 Cent, et aussi 35 Will.i.am. Ils ne se copient pas, il y a vraiment une centaine de personnalités artistiques qui se promène, là, sur le trottoir. En France, il faut regarder vers Marseille, ce qu'a très bien compris l'*International Herald Tribune* qui lui a consacré un article en première page. Là-bas, ils ne se mentent pas, ils se soutiennent. Pourtant, ils ont des portables, non ?

Hate That I Love You de Rihanna feat. Ne-Yo (Def Jam).